ВЛ. ПАВЛОВ и А. ГАРРИ

КАК НУЖНО ДЕЛАТЬ ГАЗЕТУ

«РАБОТНИК ПРОСВЕЩЕНИЯ»
МОСКВА—1928

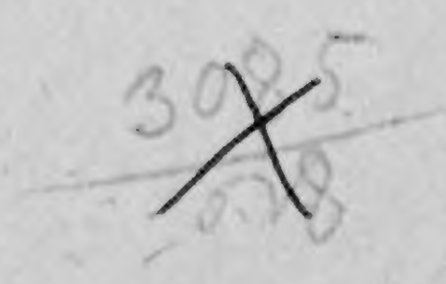
ВЛ. ПАВЛОВ и А. ГАРРИ

КАК НУЖНО ДЕЛАТЬ ГАЗЕТУ

«РАБОТНИК ПРОСВЕЩЕНИЯ»
МОСКВА — 1928







Главлит № 94771. Тираж 3000 экз.—12¼ л.

ОТ АВТОРОВ.

Предлагаемая вниманию читателей-журналистов и читателей-читателей книга посвящена вопросам техники газетного дела в широком смысле этого слова, т.-е. технике делания газеты из литературного сырья. Адресованная к работникам редакционного аппарата, она окажется не бесполезной и для литературных сотрудников наших газет, главным образом для работников информации всех категорий и рангов, начиная от рабселькоров и кончая репортерами и сотрудниками ТАСС'а и РОСТ'ы.

Такое смелое со стороны авторов утверждение полезности их труда отнюдь не следует рассматривать, как заявление самоуверенных „учителей", — смелость объясняется значительно проще: мы предлагаем не самостоятельный научно-исследовательский труд, основанный на изучении одного лишь сырого материала в виде газет, но переработку американской газетной теории в применении к условиям делания советских газет. Этим объясняется и характер книги—во многих своих главах она носит характер не ученого исследования (на что авторы и не претендовали), а практического пособия, учебника газетной техники.

В качестве материала для книги авторы использовали наши центральные и крупнейшие провинциальные газеты, а равно газеты Европы и Америки, в качестве же источников и литературы в основу своей книги положили ряд трудов американских теоретиков и практиков журнализма, как, например, Чарльз Росс, Виллар Блейер, Норман Раддер, Джон Бастиан, Гайд и др.

В тексте книги отсутствует „подвальный этаж" со ссылками на источники, взамен его мы даем здесь, в предисловии, указание той литературы, которая нами была использована для соответствующих глав книги,— знакомый с английским языком читатель легко найдет в указанных книгах американскую точку зрения во всей ее чистоте, т.-е. без переложения ее применительно к нашим газетам.

Авторы считают своим долгом выразить благодарность товарищу С. Б. Ингулову, редактировавшему книгу и помогавшему авторам своими указаниями, и Кабинету печати, предоставившему в распоряжение авторов свою библиотеку.

Вл. Павлов.

А. Гарри.

ЛИТЕРАТУРА.

1. Grant Milnor Hyde, M. A. Newspaper editing.
2. Charles Ross. The writing of news.
3. Willard Bleyer. Newspaper writing and editing.
4. Norman Radder. Newspaper make up and headlines.
5. George G. Bastian. Editing the Day's News.

ГАЗЕТА НЕ ДОЛЖНА „ДЕЛАТЬСЯ“—ГАЗЕТУ НУЖНО ДЕЛАТЬ.

Американская газета, знаменитая желтая газета, увлекающая читателя, владеющая на много процентов его общественно-значимыми мыслями, формирующая его общественное сознание, делающая возможным и в наше время линчевание негров и безудержную эксплоатацию белых рабов капитала, прикрывающая собою, в качестве „шестой“ державы, продажность, подкупность и всемерное лицеприятие американских властей, — эта газета сильна потому, что она не делается сама по себе при помощи самотека, а ее от строки до строки, от буквы до буквы, от знака до знака делают. В этом и заключается весь секрет воздействия ее на читателя, весь секрет ее власти над умами.

В американской газете нет места сотням тысяч случайных и полуслучайных сотрудников, в ней нет места не газетчикам, не литераторам, не специалистам. И тем не менее делают ее не те специалисты литераторы, которые пишут для газеты статьи, дают сведения и информацию, а специалисты делатели газеты из принесенного и присланного литературного материала,— делают американскую газету редакционные работники, дескмены, т.-е. люди, не выходящие во время работы из редакции, сидящие за редакционными столами, перева-

ривающие и пережевывающие всю массу поступающего для очередного номера материала, обрабатывающие и перерабатывающие его в духе и стиле газеты, творящие из разрозненных и случайных кусочков информации, телеграмм, отдельных заметок и статей одно целое: сегодняшний, текущий номер газеты.

Работа кропотливая и вознаграждаемая только долларами,—ни о какой „славе“, ни о какой „известности“ эти дескмены не могут и мечтать: читатели, прекрасно знающие фамилии наиболее часто печатаемых фельетонистов, статьевиков и даже репортеров, понятия не имеют о тех редакционных работниках, которые практически и являются „властителями дум“ современников.

Особенно много приходится проделывать подобной работы над информацией всякого рода и вида. Даже высококвалифицированный информатор американской газеты зачастую не в состоянии определить все значение приводимого им факта, не обладает умением этим фактом, что называется, „прошибить“ читателя, использовать факт для обработки мнения читателя в духе, нужном для данной газеты. Он приносит факт, сведения, излагает ход событий. Редакционные работники прежде всего оценивают факт с точки зрения необходимости помещения его в газете, а затем уже, поскольку признано, что газета в нем нуждается, придают ему необходимую окраску, наилучшую внешность, одновременно, соответственно руководящей линии газеты, выдвигая ту или иную суть этого факта. Благодаря именно такой постановке дела американские газеты прекрасно умеют агитировать фактами, при помощи фактов оформлять и формировать в нужном для газеты или требуемом от нее направлении общественное мнение читателей: факты обрабатываются в газете для того, чтобы при помощи их обработать общественное мнение.

В американской газете между рукописью любого автора и газетной статьей, заметкой, телеграммой обязательно стоит посредствующая инстанция — редакционный работник, приготовивший рукопись к печати, сделавший эту рукопись так, что она превратилась в часть общего целого. В американской газете нет места самотеку. Американская газета от начала до конца *сделана*.

Если мы обратимся к нашей советской прессе, то прежде всего с полной несомненностью установим, что основным правилом для нее является именно самотек. Конечно, это вполне объясняется не только менее квалифицированным по сравнению с Америкой штатом редакционных работников наших газет, но и главным образом содержанием последних: наши газеты не нуждаются в той фальсификации, подделке материала, которая неизбежно должна иметь место в газетах буржуазных. Сплошь и рядом публикуемые в наших газетах факты говорят сами за себя настолько громко, что неумелая подача этого голоса фактов не заглушает. Но все же наши газеты страдают от этого самотека, практически не использовывая, благодаря ему, агитационную силу фактов даже и наполовину.

Потребность, необходимость делания газеты в наших условиях усугубляется еще двумя обстоятельствами: во-первых, нашим новым читательским кругом и, во-вторых, составом наших сотрудников. В Америке, как и во всех буржуазных странах, как и в царской России, основной читательской массой является масса образованных людей, давно изживших не только неграмотность, но и общую неразвитость. Любой читатель любой буржуазной газеты сам пишет и говорит на том же языке, на каком пишут и говорят сотрудники газеты: у них общее образование, общие школы, общие программы этих школ, воспиты-

вались они на той же литературе. Следовательно, пишущий в газету излагает свои мысли именно так, как их изложил бы сам читатель, если бы последний занялся этой профессией. И все же, как сказано выше, американскую газету делают для читателя так, чтобы до него все „дошло“. У нас же основным читательским кругом, кругом, для которого наши газеты в первую очередь существуют, являются рабочие и крестьяне, по своей общеобразовательной подготовке резко отличающиеся от интеллигентов-специалистов газетного и журнального дела. И если любой сотрудник газеты может составить заметку так, чтобы она „дошла“ до интеллигента-читателя, то далеко не каждый может это выполнить с успехом относительно рабочего или крестьянского читателя: более того, наши специалисты газетного дела, даже умеющие „подать“ материал читателю, сплошь и рядом не знают, что ему нужно подать, ибо плохо знают нового читателя. С другой стороны, у нас имеется многотысячная армия рабселькоров, которые прекрасно знают нового читателя, являясь его плотью и кровью, великолепно знают даже, что нужно этому читателю, но совершенно не умеют подать материал, совершенно не подготовлены к занятию литературным трудом. Таким образом, на долю наших дескменов, наших редакционных работников падает значительная работа по деланию газеты: прежде всего необходимо оценить сообщенный редакции факт с точки зрения его общественной значимости, а затем подать его так, чтобы эта общественная значимость стала совершенно ясной для каждого читателя данной газеты. Вторая задача в свою очередь распадается на следующие части: заметка в газете должна быть сделана так, чтобы 1) заинтересовала читателя, 2) была прочитана им и 3) привела его к определенному выводу.

Вне решения этих задач газета не в состоянии выполнить свою основную задачу—задачу оформления общественного мнения, задачу претворения миллиона воль в волю миллионов.

I. ГАЗЕТНОЕ ПРОИЗВОДСТВО.

С производственной точки зрения современное газетное дело представляет собою чрезвычайно сложное промышленное предприятие. Сырьем в этом производстве являются бумага, краска и, главным образом, те факты, которые подлежат превращению в полуфабрикат в виде статей, заметок и телеграмм. Конечно, последнего рода сырье нематериального свойства делает газету производством особого рода, своеобразным в ряду других промышленных предприятий, но отнюдь не превращает его в менее необходимое для жизни страны, а, наоборот, в некоторые моменты общественной жизни выделяет из ряда других производств на самое первое место. Достаточно в качестве примера указать на эпоху гражданской войны, когда по общему правилу газета шла в Красную армию даже впереди хлеба, ибо хлеб бойцы могли найти на месте, в походе и у неприятеля,—газета же требовала обязательной доставки на позиции, в поход и даже в бой.

Вполне естественно, что общая кампания за повышение качества промышленной продукции захватила и газетную область, причем значительное количество совещаний и конференций, посвященных этому вопросу, вполне правильно подходило к решению его с производственной точки зрения, т.-е. с точки зрения оценки сырья, полуфабрикатов и готового продукта. В самом деле, если газета плоха, то редактор ее должен быть признан плохим или недобросовестным производствен-

ником, так как газета может быть плохой или потому, что она пользуется недоброкачественным сырьем, или же потому, что небрежно перерабатывает хорошее сырье, выделывая брак. Конечно, гораздо легче установить брак в отношении бумаги, краски и шрифта, чем применительно к сырью основному—фактам, подаваемым газетой. Но вряд ли это значит, что порча фактов у нас меньше, чем порча материалов.

Газетное промышленное предприятие в целом состоит из редакции, занятой переработкой литературного сырья и изготовлением полуфабриката, издательства (конторы), ведающего всей коммерческой стороной дела и распространением продукции, и технической части (типографии), занятой изготовлением готового продукта. Само собой разумеется, что размеры этих отраслей газетного производства, количество рабочих, в них занятых, и служащих различны в зависимости от размаха газеты, от ее тиража, оборота и т. д. Но, вне зависимости от этих количественных условий, все эти три элемента всегда налицо в газетном деле, как и в любом промышленном предприятии: коммерческая часть, организационно-производственная и техническая.

1. Издательство. Издательство, во главе которого должен стоять не просто коммерсант, а специалист по газетному хозяйству, ведает всей коммерческой стороной предприятия, его финансами, заготовкой сырья (кроме литературного, конечно), распространением готовой продукции, делом приема рекламы и т. д. В крупных газетах, имеющих собственную типографию, заведующий издательством одновременно руководит и технической частью с хозяйственной точки зрения. Ближайшими его помощниками являются специалисты по рекламе (отдел объявлений), по распространению и по технической части, которая, несмотря на хозяйственное

подчинение заведующему издательством, по существу остается совершенно самостоятельной.

2. Техническая часть. Техническая часть газеты, ее типография, состоит из наборного, стереотипного и печатного отделений, в сумме своей деятельности дающих готовый продукт. В наборной при помощи наборщиков, метранпажей, корректоров и выпускающих произведенный редакцией полуфабрикат — рукописи облекаются в форму законченных газетных полос. Стереотипное отделение с плоских полос сверстанного набора снимает матрицу и отливает полукруглый стереотип для ротационных машин, и, наконец, печатное отделение, оборудованное чрезвычайно сложными машинами, представляющими собою настоящие чудеса техники, выпускает уже готовую продукцию.

3. Редакция. Третьим и наиболее важным отделом газетного предприятия является редакционный аппарат, роль которого в производстве заключается в подготовке полуфабриката из литературного сырья, т.-е. в подготовке этого сырья к печати. В наиболее общей форме, редакционному аппарату для выполнения своего назначения приходится выполнять следующие функции: а) заказ сырья, б) прием всего поступающего сырья, в) браковка доставленного, г) переработка признанного годным, т.-е. подготовка его к печати.

Самое строение редакционного аппарата должно быть подчинено необходимости выполнения названных функций, причем, конечно, каждая отдельная часть этого аппарата должна быть самым точным образом приспособлена к выполнению определенной функции и не касаться других, ей не свойственных. Только при такой структуре редакционный аппарат сможет работать четко, без перебоев, без ненужной затраты сил

и средств, а главное—драгоценного в газетной работе времени.

Прежде всего следует признать, что большинство редакций наших газет построено по иному признаку—по признаку специализации сотрудников редакции в деле обслуживания той или иной категории читателя, т.-е. применительно к отделам газеты—партийному, профессиональному, провинциальному, местному, рабочему, иностранному и т. д.,—для большой руководящей газеты, или по иным отделам—рабочей политики, политическому, социально-бытовому, литературно-художественному, женскому, деревенскому и т. п.,—в газетах массовых, причем вся эта структура в таких случаях выдерживается в строгом принципе „столбичной системы"; у каждого отдела имеются свои секретари, свои собкоры, свои раб-, парт-, проф-, мест- и так далее корреспонденты, свои обработчики, свои репортеры, чуть ли не свои машинистки. Этот маленький недостаток редакционного механизма автоматически переносится и на готовый фабрикат—в газетном листе перед глазами читателя имеется не одна целая газета, а несколько газет в газете, порой даже конкурирующих друг с другом свежестью материала из провинции и центра.

Едва ли следует доказывать несовершенство существующего порядка вещей: значительное количество параллельной работы, недогруженность одних сотрудников и перегруженность других, необходимость создания особых отделов в газете, никакими требованиями читателя не вызываемых, — все это результаты „столбичной системы", результаты механического, а не функционального построения редакционного аппарата.

Построение редакционного аппарата, как уже было указано, должно базироваться на необходимости выпол-

нения тех функций, которые лежат на редакционном аппарате, тем более, что по существу, с точки зрения принципа построения редакции, количество руководящих ее отделов, т.-е. ведающих внутри редакции освещением той или иной группы вопросов,—безразлично, будет ли их всегда два или двадцать два: это вопрос скорее факта, чем принципа, вопрос размера и характера газеты. Конечно, руководящая газета в своей редакционной работе разбивается на ряд отделов; маленькая крестьянская газета, обслуживающая в целом одну категорию читателей, отделов может и не иметь; массовая рабочая газета, не разбивающая своих полос по отделам, группирующая заметки по отдельным вопросам или темам дня, внутри-редакционных отделов может иметь больше, чем газета руководящая. Но с точки зрения делания газеты как двадцать два отдела, так и только два должны выполнить перечисленные ранее функции, т.-е. заказать материал, принять его, отобрать и обработать. С этой точки зрения, редакционный аппарат должен соответствовать нижеследующей схеме и состоять из отделов:

1. Редакторат, т.-е. редактор газеты и редакторы отделов.

2. Отдел рабкоров, охватывающий собою литсекретариат, корреспондентов, расследователей и инструкторов.

3. Отдел информации: хроникеры, репортеры, фоторепортеры, художники, зарисовщики, иногородние спец- и собкоры, разъездные корреспонденты.

4. Отдел использования печати.

5. Отдел обработки.

6. Технический секретариат.

1. Р е д а к т о р а т. Под редакторатом надлежит разуметь ту часть общего редакционного аппарата, которой

принадлежит общее руководство и направление деятельности всего аппарата. Редакторат — руководящая головка, состоящая из редактора газеты и редакторов отделов. С точки зрения механического построения редакции эту часть аппарата именуют редакционной коллегией, что, конечно, не всегда и не во всех случаях правильно. Редакционной коллегией эту руководящую головку можно назвать в том лишь случае, если она в целом ведет всю газету. В большинстве же случаев редакторат, отнюдь не участвуя в руководстве всей газетой в целом, является руководящим аппаратом лишь в смысле направления деятельности остальных частей аппарата, всему редакторату в целом подчиненного и самостоятельно не работающего.

В задачи редактората, как руководящей части редакции, входит: заказ сырья, окончательная его оценка, указания для обработки, указания для верстки. Конкретно:

а) редактор принимает предварительно отобранный литсекретариатом материал из отдела рабкоров, из информационного отдела, из отдела использования печати, а равно из технического секретариата непосредственно, и от постоянных литсотрудников (статьи и фельетоны по данному отделу);

б) рассматривает и оценивает полученный материал, определяя подлежащий печатанию в текущем номере;

в) передает отобранный к помещению материал обработчикам и указывает им нужный размер материала, необходимые изменения и общий характер требуемой обработки;

г) дает задания и указания отделу информации и использования печати в части, касающейся редактируемого им отдела;

д) руководит инструктированием рабкоров по своему отделу;

е) дает указания выпускающему относительно верстки отдела. Как видно из перечисления той работы, которую должен выполнять редактор, на плечи его ложится вся доля организационной, политически-руководящей деятельности в редакции. Редактор отдела — квалифицированный общественный работник — руководит литературными сотрудниками, оценивает материал и дает задания относительно характера исправлений, выделений и подчеркиваний отдельных мест этого материала, относительно того, в каком виде этот материал должен быть подготовлен к печати. Таким образом роль редактора отдела та же, что и роль инженера, заведующего тем или иным цехом.

2. Отдел рабкоров. Отдел рабкоров — это тот редакционный вспомогательный цех, который ведает материалом, поступающим в редакцию самотеком, может быть, по предварительным запросам или указаниям редакции, но не по заказу, т.-е. материалом, поступающим от рабселькоров. Этот материал нужно просмотреть, разобрать, отсеять явно непригодный, пригодному для использования дать направление в тот или иной отдел. Кроме того, надо дать задания рабселькорам, указать ошибки их в изложении того или иного материала, ответить на их запросы, проверить сообщения, не снабженные доказательствами или документальными данными, и т. д. Однако всю эту работу отдел рабкоров ведет не самостоятельно, а под руководством редактората, выполняя его поручения, его задания, проводя в жизнь его директивы и инструкции.

Практически работа отдела рабкоров протекает в следующих направлениях:

а) получение из технического секретариата рабселькоровской почты, просмотр ее, отсеивание материала и дальнейшее направление его;

б) доклад редакторату отобранного материала;

в) ведение расследования по рабселькоровским письмам;

г) ответы рабселькорам и литературное их инструктирование;

д) прием рабселькоров в редакции;

е) переписка с рабселькорами по организационным вопросам.

3. Отдел информации. В отделе информации объединяется вся информация, поступающая в редакцию от местных и иногородних сотрудников, агентств и учреждений: спецкоров, репортеров, хроникеров, фоторепортеров, разъездных корреспондентов, зарисовщиков, ТАСС'а, „Пресс-клише" и бюро печати отдельных учреждений. Здесь таким образом создается тот отдел редакции, который поставляет и перерабатывает всю заказанную или регулярно ежедневно поступающую порцию литературного сырья. Именно здесь концентрируются все факты, все события текущего дня, каких бы сторон общественной жизни они ни касались, и отсюда уже они направляются в соответствующие отделы редактората. Подобный отдел, единый для всей редакции, централизует информацию, упраздняет своеобразное „ведомственное" соперничество отделов редакции, ведя для этого следующую работу:

а) отдел информации организационно объединяет всю корреспондентскую сеть, организует ее, инструктирует, переписывается с нею и дает ей по согласованию с редакторатом задания;

б) отдел информации организационно объединяет всех местных информсотрудников, инструктирует их и передает им задания редактората;

в) отдел информации получает и выполняет все задания редактората в области снабжения газеты информацией;

г) отдел информации просматривает весь получаемый им от постоянных сотрудников материал, сортирует его, бракует явно непригодный, а отсеянный направляет в редакторат.

4. **Отдел использования печати.** Задача отдела использования печати практически сводится к снабжению редактората сведениями и вырезками из местных и иногородних газет по вопросам, указанным редакторатом, контролированию деятельности отдела информации и корректированию ее. Таким образом отдел использования печати должен:

а) делать из прессы вырезки (литературные и фотоснимков);

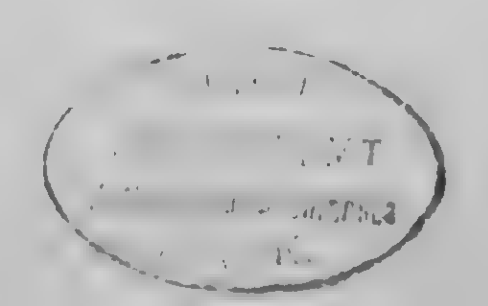
б) по поручению редактората следить за указанными вопросами по всей, получаемой отделом, прессе;

в) классифицировать вырезки по темникам редактората и доставлять их редакторату;

г) вести классификатор статей в центральных газетах и журналах по списку, утвержденному редакторатом.

5. **Отдел обработки.** Отдел обработки—один из самых важных производственных отделов редакции, так как в его функции входит обработка литературного сырья и подготовка его к печати, т.-е. по существу вся техническая часть этого общего редакционного процесса. Работники отдела обработки — наиболее квалифицированные работники, подвергающие литературной обработке все сырье, предназначенное к печати: информацию всякого рода и вида, подписи к рисункам, заголовки, корреспонденции рабкоров и спецкоров, статьи, фельетоны, очерки, стихотворения, рассказы и т. п. Для выполнения возлагаемых на него задач отдел обработки:

а) получает материал или непосредственно от редактората, или через литсекретарей с указанием формы и характера требуемой обработки, размера подлежащего



сание и выбор материала, нужных выводов, подчеркиваний и смягчений, заголовков и т. п.;

б) в случае отсутствия или неясности указаний редактората отдел обработки обращается за соответствующими разъяснениями к редактору того отдела, от которого материал получен;

в) обработанный материал вместе с подлинником (нормальная обработка копии, снятой на машинке) возвращает в редакторат для сдачи в печать.

6. Технический секретариат. Роль технического секретариата в редакционном процессе сводится к организации приема, регистрации и хранения поступающих рукописей и материалов.

Как мы уже оговаривались выше, здесь дается не типовое изображение редакции газеты, как она существует в настоящее время,—здесь речь идет о том, какие функции должна выполнять редакция для того, чтобы выпускать доброкачественную продукцию—газету. Конечно, редакция большой массовой газеты может быть построена по описанному типу. Но, спросит читатель, что же делать провинциальной редакции, весь штат сотрудников которой легко исчерпывается тремя - четырьмя человеками, включая в их число ответственного редактора? Где взять людей для всех перечисленных отделов?

Поскольку выше говорится о функциях, на такой вопрос мы отвечаем кратко: все равно эти три-четыре человека должны будут перечисленные функции выполнить. Нет и не может быть споров о необходимости их. Тридцать ли человек делают газету или только три,—все равно, и тем и другим придется принять рабселькоровский материал, отобрать негодное, из годного вообще выбрать необходимое для номера, это необходимое обработать и приготовить к печати; придется заказать ряд

материалов информационного характера, принять бюллетени ТАСС'а или РОСТ'ы, принять материал от репортеров или корреспондентов и подготовить его к печати. Точно так же придется проглядеть газеты и сделать из них вырезки.

Вполне возможно, конечно, что в маленькой редакции один и тот же человек отправляет функции и редактора, и обработчика, и литсекретаря, и информатора. Но вне отправления этих функций газета выходить не может. Что же касается организации редакции там, где для этого имеются возможности и потребности, то ясно опять-таки, что подобная организация должна строиться не на существующей традиции, а на точном и четком учете необходимых для газетного производства функций.

II. ПУТЬ ЗАМЕТКИ ЧЕРЕЗ РЕДАКЦИЮ.

Попробуем уяснить на примере функции редакционных работников, проследив путь заметки через редакцию.

Редактор местного отдела в вечерней газете прочел о том, что Моссовет постановил в ближайшем будущем приступить к изысканиям по постройке метрополитена. Считая, что новость эта для местного отдела чрезвычайно интересна, так как затрагивает непосредственные интересы всех читателей газеты, он поручает репортеру, обслуживающему Моссовет:

— Сходите в президиум и поговорите с кем следует о том, когда и как, по их мнению, будут производиться изыскания. Вы обслуживаете Моссовет и легко достанете нужные сведения.

Таково начало заметки. Само собой разумеется, что оно могло быть и иным: репортер сам мог слышать об

этом в Моссовете, редактору могли сообщить по телефону и т. д. В нашем примере характерно то, что репортер получил от заведующего отделом определенное задание.

После беседы в президиуме Моссовета репортер возвращается к заведующему отделом и сообщает ему содержание полученных сведений. Заведующий отделом, выслушав доклад репортера, дает ему уже конкретное задание, т.-е. указывает количество строк, в которое нужно материал вложить, и существеннейшую для газеты часть этого материала:

— Дайте строк полтораста, особенно выделите участие иностранного капитала в деле постройки метрополитена и подчеркните, что метрополитен на пятьдесят процентов разгрузит центральные линии трамвая.

Написанная репортером заметка вместе со всяким иным материалом поступает на стол заведующего отделом. Когда до нее доходит очередь, заведующий отделом пробегает, замечает основные недостатки заметки и пишет на ней указание для обработчика:

„Сократить на одну треть, усилить вводную часть, дать двойной заголовок".

Обработчик выполняет указание заведующего отделом, но не как исчерпывающее определение его работы над заметкой репортера, а лишь как дополнительную директиву. Прежде всего он проделывает с заметкой то, для чего ему не нужны никакие указания, т.-е. прежде всего прорабатывает весь стиль заметки применительно к общему стилю всего отдела, исправляет обороты речи, проверяет инициалы лица, которое давало репортеру беседу, вычеркивает кое-где отдельные слова, кое-где — фразы и даже целые абзацы. Длинный абзац вырезывает ножницами и на его место вставляет две-три фразы. Убедившись, что заметка приобрела нужный

размер, он снова проверяет ее, усиливает вводную часть, перенося для этого несколько фраз из конца заметки в самое начало, убеждается, что заметка приводит читателя к нужному выводу, ставит заголовок, делает указание для типографии и готовится отправлять заметку в набор. В это время заведующий отделом спрашивает:

— У кого там беседа с членом президиума Моссовета? Тут еще имеется сообщение о приезде иностранных инженеров, вызванных в связи с вопросом о метрополитене.

Обработчик метит на первой заметке знак, указывающий типографии, что к ней будет дополнительная заметка, и отправляет в набор.

В наборном отделении все листики, на которых была написана заметка, склеиваются вместе, отрезается от них заголовок, остальное же заведующий наборным отделением делит на три равных части и раздает одновременно трем линотипистам. Набранная заметка тискается, корректируется, исправляется и снова тискается в трех экземплярах: для ревизионной корректуры, для заведующего отделом и для выпускающего. К концу дня большинство заметок набрано и откорректировано и поставлено в рамы для верстки. Заметка о беседе по поводу метрополитена кончается перевернутой линотипной строкой—обычный знак типографии, указывающий на незаконченность статьи, заметки, отдела и т. п. Появившееся затем и набранное продолжение ставится на место.

К концу верстки заведующий местным отделом со всеми гранками направляется в типографию, чтобы проверить отдел. В это время секретарь редакции ему сообщает, что заметку о приезде иностранных инженеров следует снять, так как они приедут только завтра и

на вокзале же дадут беседу. Заведующий отделом вычеркивает эту заметку на своих гранках, идет в наборную и передает все гранки с исправлениями выпускающему.

Исправления и указания редакции внесены в полосу, получена корректура, и полоса приготовляется к матрицированию. В это время курьер из редакции приносит распоряжение ночного редактора о том, что в местном отделе должно быть помещено только что принятое редакцией по телефону сообщение о пожаре на заводе. Заведующий местным отделом по телефону же из наборной справляется у ночного редактора о размере новой заметки, задерживает полосу и вычеркивает у ряда заметок, в том числе и у беседы с президиумом Моссовета, последние абзацы, приготовляя таким образом место для новой заметки. Еще несколько минут, — заметка о пожаре прибыла в наборную, набрана, тиснута, прокорректирована и вставлена на свое место. Полоса отправлена в стереотипную.

Описанный путь заметки через редакцию для многих наших газет покажется выдуманным. В провинциальных городах, где налицо всего одна газета, работники редакции вовсе не стремятся ускорить появление заметки в газете,—гораздо проще это появление отложить на сутки. Где имеется несколько газет, опять-таки интересы читателя приносятся в жертву удобству отдельных работников редакций: товарищеская „солидарность" этих работников построена на постоянной возможности созвониться по телефону и сговориться о том, чтобы ни одна из газет позднюю заметку не печатала и своего собрата не „подводила". Столица же обычно распоряжается еще бесцеремоннее, и читающий целый ряд столичных газет иногда имеет удовольствие изо дня в день в различных газетах читать одну и ту же за-

метку, очевидно, по мнению редакции, не теряющую своей свежести и злободневности.

При упорядочении техники выпуска и печатания газеты, конечно, можно достигнуть гораздо более разительных результатов, чем те, которые указаны выше в качестве исключительных для любой из наших газет. Обычная американская техника дает, действительно, поразительные для наших работников результаты в этом отношении. Во всех крупных американских газетах в ротационном отделении дежурит линотип. Допустим, что какое-либо известие должно попасть в газету, но с большим опозданием, не зависящим от воли и умения репортера, например, ожидается приговор по делу, занимавшему в течение нескольких дней общественное внимание. Заметка о последнем заседании суда, кончающаяся словами „суд удалился на совещание“ уже набрана и поставлена на место. Матрица отбивается стереотип отливается обычным порядком с пустотой для приговора. Когда приходит приговор, дежурный линотипист его набирает, тут же снимается с нового набора матрица, отливается кусок стереотипа и впаивается в стереотипированную полосу. Однако и это еще не все. Обычно американская газета выходит по меньшей мере в двух изданиях — городском и провинциальном. Если для городского читателя вопрос о пожаре, метрополитене и т. д. не менее интересен, чем приговор, то для читателя иногороднего, конечно, приговор и самый процесс значительно интереснее, как имеющий общественный, а не чисто местный характер. Поэтому для иногороднего читателя при помощи дежурного линотипа в стереотипе производятся соответствующие изменения, и город получает подробную информацию о пожаре и метрополитене, тогда как читатель иногородний довольствуется лишь упоминанием об этих двух

фактах, зато имеет исчерпывающую информацию о процессе.

Имеются ли в этой погоне за новостью, за сенсацией здоровые корни? В Америке, с нашей точки зрения, нет, ибо там погоня за новостью имеет в виду интересы не читателя, а лишь чисто коммерческие интересы газеты, лишь борьбу с конкурентом, борьбу за живую копейку. А у нас? Конечно, у нас погоня за новостями, стремление дать самые последние сведения и факты построено на иных началах, а именно на тех же началах, на которых строится вообще вся газетная информация: на стремлении использовать факты для культурного и политического воспитания масс. В любом городе любой крупный факт из уличной или иной жизни всегда станет известен жителям и без газеты. Но громадная разница в освещении и подаче этого факта между газетой и самой улицей, как неизбежным источником слухов и сплетен.

III. ГАЗЕТУ ДЕЛАЮТ РЕДАКЦИОННЫЕ РАБОТНИКИ.

Газета выпущена. В этот законченный продукт каждый из работников газетного предприятия вложил свою долю труда. Отдел объявлений собрал и подготовил к печати нужное количество рекламы, отдел распространения подготовил рынок, проведя подписку и организовав розницу, техническая часть набрала тысячи строк ручного и машинного набора, изготовила матрицы и стереотипы, отпечатала сотни тысяч экземпляров, редакционный аппарат собрал свыше ста тысяч слов материала, репортеры, корреспонденты и литераторы приготовили литературное сырье в превышающем недельную потребность газеты количестве, а редакцион-

ные работники превратили это сырье в полуфабрикат, уложив его в рамки газеты. Таким образом все газетное предприятие в течение суток вложило в издание одного номера газеты больше труда и материала, чем потребовалось бы для написания и издания нескольких книг. И в то время, как машины заканчивают выпуск тиража, редакционный аппарат после кратковременного (далеко не декретно 16-часового) отдыха снова приступает к работе, чтобы опять суммировать в газетном листе факты жизни города, страны и всего мира за сутки.

Важнейшую роль в этом сложном и лихорадочно спешном производстве играют редакционные работники, „дескмены", хотя по внешнему виду их роль представляется чрезвычайно скромной и не дает им не только славы, но даже простой известности. Каждый постоянный читатель данной газеты знает ее литературных сотрудников по их статьям и фельетонам, ответственного редактора — по его подписи в газете, но кто из них знает о внутри-редакционных работниках, кто знает, что именно редакционные работники выправляют весь материал, выходящий из-под пера многих и многих сотрудников и рабкоров, что именно они создают стиль, язык и тип газеты. Кто, прочитав и сличив новости в „Правде", „Рабочей газете", „Экономической жизни", „Труде" и „Крестьянской газете", поймет, что одни и те же телеграммы были положены в основу совершенно различного, в зависимости от читателя, изложения их содержания именно редакционными работниками?

Редакционный работник является тем сторожевым псом газеты, который предохраняет ее от засорения ненужным или общественно-скучным материалом, непроверенными сведениями, излишними длиннотами, растянутыми статьями. Редакционный работник учитывает читательский интерес и его навыки, делает газету именно

так, как она должна быть приготовлена для того или иного круга читателей, приготовляя из одного и того же сырья (фактов) совершенно различный полуфабрикат, давая различным кругам читателей различные газеты— рабочую, крестьянскую, массовую или же рассчитанную на специального читателя.

Труд редакционного работника является более квалифицированным, требует значительно большей подготовки и больших знаний, чем труд так называемых литературных сотрудников, т.-е. статьевиков, фельетонистов, очеркистов, корреспондентов и репортеров. Для того, чтобы быстро и хорошо готовить полуфабрикат, подготавливать сырье для печати, мало исчерпывающего знания языка, грамматики и стиля, нужно еще уметь оценивать каждое явление, каждый факт глубже, чем это обязан уметь делать репортер, для этого нужно еще глубокое знание основных директив руководящих органов по любому вопросу, знакомство по этому вопросу со всеми мероприятиями советской власти, нужно быть в курсе международной политики, международного рабочего движения, знать не только тот город, в котором издается газета, но и весь Союз, его экономику и географию. Кроме всего этого, редакционный работник должен знать типографскую технику в области набора, стереотипирования и печати не хуже печатника.

А заголовки? Делание их само по себе является не только искусством, но и целой наукой, овладение которой дается лишь в результате длительной практики, изучения и подготовки, глубокого знания шрифтов, набора и т. п.,—уложить в одну-две строки сущность целой заметки далеко не легко, но еще труднее при помощи шрифтов и расположения этих строк сделать их действительно по-газетному.

Но все это — вопросы техники. Как бы они ни были важны для редакционного работника, все же они не могут заслонять перед ним того основного положения, что газета является колоссальной организационно-пропагандистской силой, влияющей на общественное мнение и его формирующей, что газета представляет собою немаловажный винтик того общего механизма, при помощи которого двигается вперед советское строительство. Поэтому не только редактор газеты, но и каждый редакционный работник должен каждую минуту помнить, что он является не только производственным работником, но, прежде всего и в первую голову — работником общественным, делающим крупное общественное дело. Газета является элементом строительства, — поэтому каждая часть ее должна быть приспособлена к этой роли. Каждая заметка, каждый заголовок, каждая статья должны быть сделаны и поданы так, чтобы вся газета в целом выполняла свое назначение коллективного организатора и пропагандиста, а в этом отношении так называемые „мелочи“ газетного дела зачастую оказываются значительно важнее, чем крупные ее части.

Наконец, редакционный работник по существу является хранителем и распространителем грамотного языка среди населения, как основной производственный работник, продукция которого представляет собою наиболее распространенное печатное произведение.

ОБРАБОТКА.

Ни одна рукопись, ни одно литературное произведение не может непосредственно из рук автора перейти в типографию для набора — она обязательно должна подвергнуться некоторому процессу, который носит обычно название „подготовки к печати". Поэтому можно сказать, что между типографией и автором всегда стоит еще одно лицо — редактор или обработчик, причем в данном случае совершенно несущественно — одно ли лицо и редактирует, т.-е. исправляет рукопись по существу, порой изменяя даже смысл отдельных фраз, и технически подготавливает ее к печати, или же эта работа распределена между различными работниками. Несущественно также и то, что порой всю эту работу выполняет сам автор, т.-е. после изготовления рукописи сам же превращается сначала в редактора, а затем технически обрабатывает рукопись. Важно то, что без этой дополнительной работы даже самостоятельное и законченное произведение попасть в типографию не может.

В газетном производстве эта обязанность редактировать и подготавливать к печати возлагается на редакционных работников, причем редактирование техническое обычно в силу спешности работы сливается с редактированием по существу, т.-е. подготовка к печати производится одновременно с исправлением мате-

риала. Кроме того, в наших газетах обычно под „редактированием“ принято понимать не исправление рукописи, статьи, фельетона, заметки, телеграммы, а лишь оценку ее, определение ее достоинств и недостатков, причем устранение последних и выделение первых лежит на обязанности не редактора, а обработчика. Поэтому и в дальнейшем, говоря о подготовке рукописи к печати, мы будем придерживаться той же терминологии, т. е. под редактором будем подразумевать лицо, ответственное за содержание и направление материала, а под обработчиком — лицо, отвечающее за форму этого материала.

Итак, работа обработчика (правщика) заключается в подготовке рукописи к печати. Сам обработчик не пишет, но на чужое произведение нередко накладывает свой отпечаток, что, разумеется, далеко не всегда нравится авторам. Однако как бы ни были справедливы их жалобы на то, что выброшено „самое интересное“ и „самое важное“, что произведение „испорчено“, что „я этого не писал“, все же работа обработчика для газеты более чем необходима, так как от отсутствия этой работы пострадал бы не только внешний вид, но и содержание газеты. Исправление всякого рода ошибок, указания для типографии, устранение чрезмерного пафоса авторов, освежение сухой заметки, проведение руководящей линии газеты через самые мелкие заметки, приспособление языка заметки к языку читателя и увязка ее содержания с личными и общественными интересами читателя — все это дело обработчика, который и отвечает за всякую ошибку, проскочившую в газете: он должен эту ошибку поймать еще в сырье.

Для крупных газет вопрос о самостоятельном особом штате обработчиков является вопросом актуальным. Конечно, провинциальные газеты не в состоянии

освободить заведующих отделами, а порой и самого редактора газеты от несвойственных им по существу обязанностей обработчика, но там, где это можно сделать, это сделать нужно: редактор всей газеты или отдела ее должен оценить материал и принятый передать обработчику со своими указаниями. Обработчик, получив такой материал, должен:

1) исправить вкравшиеся в заметку фактические ошибки (ляпсусы) и ошибки самого построения заметки;

2) исправить сокращения слов, применительно к установленным редакцией правилам;

3) сократить или дополнить текст заметки до размеров, указанных редактором отдела;

4) проследить за тем, чтобы в печать не попали сведения, не подлежащие оглашению;

5) исправить язык заметки;

6) провести руководящую линию газеты;

7) увязать данную заметку с другими заметками отдела;

8) дать указания типографии;

9) сделать заголовок, подзаголовки и разбить на абзацы;

10) сделать пометки для выпускающего.

При выполнении этой работы, конечно, каждый обработчик пользуется своей системой. Но, независимо от того, делает ли он всю работу сразу, при первом же чтении заметки, или же проделывает каждую из нужных операций по отдельности и постепенно, — он должен всю работу выполнить на все сто процентов, так как после него никто эту работу переделывать или переправлять наново не будет. В этом-то и заключается основная трудность работы обработчика. Вторая трудность сводится к тому, что при правильной нагрузке

рабочего дня обработчика ему сплошь и рядом придется обрабатывать начало одной заметки, затем начало другой, средину первой, конец третьей и т. д. в зависимости от поступления материала от машинисток. Ему нельзя ждать, допустим, конца заседания съезда, так как это повлекло бы за собой задержку работы наборной. Поэтому ему приходится держать в памяти речь оратора на съезде и править одновременно заметку о работе производственных комиссий, с тем, чтобы потом снова вернуться к оратору.

I. ОБРАБОТКА, А НЕ ПЕРЕРАБОТКА.

Первое и основное правило, которое должен усвоить обработчик, заключается в твердом сознании, что он не исполняет обязанности литсотрудника, а лишь является человеком, исправляющим чужие рукописи, что его работа сводится не к написанию чего-либо, а лишь к исправлению уже написанного. Эта работа, требующая не меньшего искусства, чем всякий иной литературный труд, по характеру резко отличается от искусства написать заметку или статью и требует не только совершенно иного, чем у автора, подхода к теме и содержанию, но и совершенно иных навыков, является результатом особого мыслительного процесса.

Первое и наиболее, пожалуй, естественное стремление обработчика, получившего рабкоровскую или иную, неопытной рукой написанную, заметку, — выбросить ее, чтобы с ней не мучиться, и написать самому на ту же тему, причем для обработчика неопытного это одновременно было бы зачастую и самым быстрым способом подготовить заметку к печати; надо признаться, что такое обращение с рабкоровским материалом подчас у нас и практикуется. Однако, как общее правило,

если не считать заведомо плохих заметок репортеров или официозного материала, т.-е. бюллетеней пресс-бюро различных ведомств, в подобного рода практике вина лежит не на материале, а на самом обработчике: стремление переработать наново чужую заметку обычно является результатом нежелания или неумения обработчика подчинить свою манеру и способ изложения мыслей манере и способу того лица, рукопись которого находится у него в руках. Для обработчика необходимо уменье найти положительное даже в той рукописи, которая сама по себе не могла бы служить идеальным образцом литературного творчества: роль и задача обработчика заключается именно в обработке, а не в переработке.

В процессе своей работы обработчик должен во что бы то ни стало превратить чужую посредственную или даже плохую заметку в блестящую, своими поправками отнюдь не вытравляя из нее индивидуальности автора. Это правило особенно важно для обработчиков рабселькоровского материала, сплошь и рядом в наших газетах „исправляемого“ до неузнаваемости не только стиля и содержания, но и самой основной мысли автора. В одной из наших провинциальных газет имел место анекдотический случай с рабкоровской корреспонденцией: рабкор писал из Донбасса о неисправном состоянии ствола шахты, благодаря чему задерживалась выгрузка на поверхность суточной добычи угля. Обработчик по неграмотности, с одной стороны, и из презрения к рабкоровскому писанию — с другой, спутал ствол шахты с бревном, решил, что речь идет о крепежном лесе, загромождающем выход из шахты и сваленном, как попало, озаглавил заметку „Не склад, а свалка“ и... подвел рабкора под обвинительный приговор суда за клевету в печати.

Само собой разумеется, что воспитательный характер работы обработчиков скажется только в том случае, если рабселькоры увидят, что газета улучшила их заметку, увидят, какими поправками внесено это улучшение, и в дальнейшем будут извлекать из этой поправки урок правильного писания заметок.

Когда обработчик войдет как следует в работу и приобретет необходимые навыки, он сам убедится, что почти нет таких заметок, которые нельзя было бы обработать, и что стремление переработать наново почти всегда является результатом его, обработчика, собственной неопытности или небрежности.

II. УСЛОВНЫЕ ОБОЗНАЧЕНИЯ.

Обработать рукопись — значит приготовить ее к печати, т.-е. привести ее в такое состояние, чтобы она получила полную четкость и ясность и облегчала бы работу наборщика. Для этого обработчику следует все указания наборщику давать в форме определенных условных обозначений, число которых надо свести до минимума. Само собой разумеется, что все эти условные обозначения только в том случае окажутся полезными и будут экономить время типографии и самого обработчика, если наборщик будет понимать их смысл, в противном же случае обработчик своими „условными" обозначениями только собьет типографию с толка и замедлит набор, вызвав необходимость сложной корректуры или же возвращения рукописи в редакцию для расшифрования непонятных сигналов.

Газетная практика в настоящее время выработала уже целую систему условных обозначений, общепринятых во всех типографиях и понятных каждому газетному наборщику. Ниже мы приводим эти обозначения,

причем следует оговориться, что непререкаемого в них нет ничего и что каждый обработчик может их дополнить или усовершенствовать при непременном условии, что его изменения в сигнализации будут правильно восприняты типографией.

В отличие от корректорских знаков условные обозначения обработчика наносятся не на полях, а в самом тексте рукописи: когда наборщик просматривает корректуру, ему нет необходимости читать всю гранку, совершенно достаточно пробежать вынесенные на поля опечатки. Что же касается обработанной рукописи, то наборщик все равно должен прочитать каждое слово, чтобы набрать его, поэтому вынесение исправлений на поля отвлечет его внимание и усложнит работу. Иными словами, рукопись надо не корректировать, а обрабатывать.

Второе замечание: все исправления в рукописи должны быть сделаны над строкой, а не под ней, чтобы наборщик их не пропустил.

Вставки должны быть сделаны так же над строкой или же на отдельных листках. Ни в коем случае нельзя писать вставки и всякого рода добавления на полях вдоль оригинала, так как страницу рукописи очень часто приходится в типографии разрезать для распределения между наборщиками.

Наконец, при обработке необходимо самым внимательным образом следить за своим почерком и за состоянием карандаша, так как наборщик совершенно не обязан терять время и портить глаза только потому, что обработчик небрежен, или потому, что ему лень очинить карандаш.

○ (кружок) вокруг сокращения или цифр указывает, что нужно набирать полностью, а цифры — словами.

——— (черта) под словом указывает, что это слово надо набирать курсивом (или черным);

(ломаная линия) — набирать в разбивку; подчеркнутое дважды набирается прописными.

— (черта) над словом или буквой — набирать строчными.

○ (кружок) вокруг названия или числа — набирать сокращенно, а число — цифрами.

⁀ (дуга) между словами — набирать слитно.

⊥ — набирать раздельно.

„) („ — кавычки открыть и закрыть.

Z — абзац.

ᔕ — переставить слова.

V — сделать вставку.

‡ — конец заметки.

∴ — будет еще.

‿⁀ — в подбор, кругом (уничтожить абзац).

III. ЗА КАКИМИ ОШИБКАМИ СЛЕДИТЬ.

Вооруженный знанием условных обозначений и умением пользоваться ими, обработчик в значительной мере облегчит свою работу, если заранее изучит те ошибки, которые чаще всего попадаются в рукописях. Эти типичные ошибки, предварительное знакомство с сутью которых для обработчика необходимо, могут быть сведены в следующие шесть групп:

А. Ошибки изложения.

1. Синтаксические ошибки.
2. Орфографические ошибки.
3. Ошибки в знаках препинания.

Б. Язык типографии.

1. Прописные буквы.
2. Числа.
3. Знаки препинания.
4. Технические термины.
5. Адреса и наименования.

В. Ляпсусы.

1. Искажение факта.

2. Неправильное изложение факта и искажение его вследствие опущения важных деталей его.

3. Ошибки в собственных именах, их транскрипции.

4. Цифры.

Г. Оценка факта.

1. Несоответствующее вступление.
2. Неуменье передать суть факта.
3. Несоответствие размера заметки значению факта.
4. Неправильное изложение хода событий.
5. Неуменье построить заметку технически.
6. Отсутствие связи между абзацами.
7. Навязывание читателю выводов.

Д. Запас слов и стиль.

1. Длинные периоды и сложные фразы.
2. Сухое вступление.
3. Отсутствие четкости и краткости в абзацах.
4. Голая сентенция.
5. Строкогонство.
6. Общие фразы.
7. Затасканные слова и выражения.
8. Жаргон.
9. Злоупотребление иностранными словами и сокращениями.

Е. Ошибки против руководящей линии газеты.

1. Безразличная заметка, не наводящая читателя ни на какой вывод.

2. Заметка, приводящая читателя к неправильному выводу.

Ошибки изложения.

I. Синтаксические ошибки. Основными синтаксическими ошибками, за которыми особенно внимательно следует наблюдать обработчику, являются следующие: а) несогласованность между подлежащим и сказуемым, особенно в том случае, когда они стоят не рядом, причем подлежащих несколько и некоторые из них в единственном, а другие во множественном числе; б) неправильное сокращение придаточного предложения—классический пример из Чеховской „Жалобной книги“: „проезжая мимо сией станции и глядя на природу в окно, у меня слетела шляпа“; в) несогласованное употребление относительных местоимений; г) употребление одного и того же местоимения в качестве подлежащего для двух различных предложений; д) перенесение логического смысла из главного предложения в придаточное; е) употребление настоящего времени при изложении происшествий или хода событий; ж) употребление прямой речи без выделения.

Для исправления синтаксических ошибок мы считаем необходимым предложить:

1. Развивайте в себе привычку обдумывать каждую фразу, прежде чем ее написать или исправить.

2. Следите за синтаксисом в быту, разговоре, частной переписке, при чтении газет и книг. Замечайте ошибки и обдумывайте, как их надо было бы исправить.

3. Изучайте искусство расположения слов в фразе: старайтесь переставить слова и расположить их в порядке, наиболее выгодном для разъяснения смысла фразы, но не пичкайте фразу знаками препинания, — от этого она не выиграет, а проиграет.

4. Запас слов и выражений в русском языке настолько богат, что допускает выражение всякой мысли самыми разнообразными способами. Обязанность обработчика не удовлетворяться первым попавшимся, а выбрать наилучший.

5. Запомните, что плохое начало — обычная причина непригодности всей фразы. Поэтому раз навсегда возьмите за правило: заметив, что начало неудачно, не старайтесь в дальнейшем выпутаться, а переделайте начало.

6. Если первая попытка переделать чужую фразу неудачна, не настаивайте на этом варианте, а начните иначе.

7. Никогда не начинайте фразы с деепричастия.

II. Орфографические ошибки. Относительно орфографических ошибок дать какие-либо точные указания крайне трудно. В деле исправления этих ошибок обработчику следует иметь в виду не только те ошибки, которые в оригинале появляются в результате недостаточной грамотности, но также и те литерные опечатки, которыми сплошь и рядом украшают оригинал машинистки. Важность исправления их диктуется чисто производственными соображениями: при машинном наборе для исправления литерной ошибки требуется перебор целой строки. Следовательно, подобные ошибки и опечатки — далеко не мелочь: обилие их может удорожить продукцию, задержать выпуск газеты, усложнить корректуру и т. д. Поэтому-то обработчик не имеет никакого права полагать, что исправление этих погрешно-

стей рукописи „ниже его достоинства“, — в газетном деле нет мелочей, на которые можно было бы не обращать внимания.

III. Ошибки в знаках препинания. Для многих газетных работников знаки препинания и система пользования ими являются весьма серьезной проблемой только потому, что они рассматривают правила пунктуации, как незыблемые законы природы, но если они усвоят, что вся система знаков препинания явилась лишь результатом необходимости пауз во время речи, то, следя за разговорной речью, выработают собственные правила пунктуации, которые облегчат им пользование правилами общеустановленными и дадут возможность не злоупотреблять знаками препинания. При первом же взгляде на рукопись неопытного автора обработчик заметит чрезвычайное обилие запятых, а потому смело может выбрасывать каждую из них, поскольку не найдет для нее логического обоснования. Даже доведение до крайних пределов этой системы принесет меньше вреда, чем злоупотребление знаками препинания, во-первых, потому, что чрезмерно редкая пунктуация вносит меньшую путаницу в текст, чем чрезмерно частая, и, во-вторых, потому, что каждый знак препинания одновременно является отдельным типографским знаком и при ручном наборе в особенности увеличивает труд наборщика.

Наиболее типичными ошибками в пунктуации следует признать: а) опущение одной запятой в паре их; б) злоупотребление запятыми для выделения отдельных слов; в) употребление запятой вместо точки с запятой и наоборот; г) употребление двоеточия там, где можно обойтись запятой; д) употребление двух двоеточий в одном периоде; е) злоупотребление тире, которое зачастую скрывает под собой отсутствие мысли.

Кроме наблюдения за этими ошибками, обработчик должен следить за тем, чтобы: а) не забывать выкинуть кавычки там, где он прямую речь заменил косвенной; б) уничтожить абзац там, где он сократил фразы; в) выбросить кавычки там, где прямая речь идет в нескольких абзацах под-ряд; г) закрыть кавычки.

Разумеется, значительную помощь обработчику в деле правки знаков препинания может оказать самая обыкновенная грамматика при условии, если он будет применять ее правила, как указания, вытекающие из развития логической мысли.

Если обработчик запутается в изобилии авторских запятых, пусть он попробует перестроить фразу: сразу выяснится, какое количество знаков следует оставить и что можно выбросить не только без вреда, но и с несомненной пользой для смысла этой фразы.

Язык типографии.

Стилем или языком типографии называется обычное для данной газеты употребление прописных букв, сокращений, транскрипции имен числительных и т. д., для которого не существует никаких общих правил, но которое определяется редакцией газеты и в установленном виде существует уже незыблемо. Зачастую может показаться, что эти правила мало обоснованы и что соблюдение их едва ли имеет какое-либо значение для читателя. Однако это далеко не так. Читатель привыкает к своей газете, к ее внешнему виду, к одному и тому же обозначению для одного и того же понятия. Читательский глаз коробит вид газетных страниц, на каждой из которых одно и то же слово, одно и то же число напечатано по-разному, — в одном месте Совнарком, в другом—Совет народных комиссаров, в третьем—СНК.

В борьбе за цельность и аккуратность газетных столбцов редакция должна требовать как от постоянных литсотрудников, так в особенности от обработчиков сохранения установленного языка типографии. Что касается собственно обработчиков, то при значительном количестве случайных сотрудников, при меняющихся репортерах и наборщиках, при громадном количестве рабселькоровского материала, на обработчиках лежит обязанность хранения языка типографии.

Первым условием для установления языка типографии, а также и для определения разницы между газетами, с точки зрения этого языка, являются правила употребления прописных букв. Многие газеты прописными буквами явно злоупотребляют, величая прописью все органы советской власти и даже все местные учреждения, поскольку упоминается их наименование. Другие же, наоборот, открещиваются от прописных букв всячески. Были попытки в журнальных статьях установить стандарт в этом вопросе, но они потерпели явную неудачу. Все это указывает на необходимость для каждой газеты установить относительно прописных букв определенные правила, которыми и руководствоваться впредь без изменений.

То же самое, но еще в большей степени, относится к сокращениям. Всякому журналисту известно, что система сокращенных наименований в наших условиях является почвой для явных злоупотреблений. Какой-нибудь таинственный ОКХ или МОКХ, какой-нибудь АОМС или ВТУ способны поставить втупик не одного читателя и совершенно погубить целую заметку. С другой стороны, если читатель встретит в газете губернский совет профессиональных союзов, он, разумеется, подосадует на редакцию за совершенно излишнюю трату места. Следовательно, здесь язык ти-

пографии еще теснее соприкасается с интересами читателя.

Что касается третьего элемента языка типографии— имен числительных, то здесь главную роль играют соображения экономии места в газете, а равно труда и времени наборщика. Если удобно словами писать числительные до ста, то совершенно не нужно и громоздко писать словами же числительные семи-восьмизначные. В этом отношении опять-таки редакция должна выработать для своей газеты строго стандартные правила, которым подчинялась бы типография и за соблюдением которых следили бы обработчики.

Правила языка типографии должны быть незыблемыми, и в этом вопросе обработчик должен быть особо тщательным охранителем. Он должен в совершенстве знать язык типографии и притом совершенно отчетливо сознавать, почему редакцией установлено для набора то или иное правило. Несомненно, что язык одной типографии отличается от языка другой так же, как различны и сами типографии. Но опытный обработчик, изучив язык одной типографии, при переходе на работу в другую газету, очень быстро освоится с новым языком.

Ляпсусы.

Почти каждый читатель скажет, что наши газеты полны так называемых „досадных опечаток“, промахов, ляпсусов. Это мнение о газете, как какой-то коллекции ляпсусов, создалось у читателя не потому, что этих ляпсусов действительно очень уж много, но главным образом потому, что всякий ляпсус обязательно сразу бросается в глаза, и нет такого даже очень незначительного промаха, который никем не был бы замечен. Вместе с тем не мешало бы читателям, если они это знают, вспомнить, а если не знают, то узнать, что ни

в одной отрасли производства не тратится такого количества средств, сил и энергии на борьбу за аккуратность, как в газете, причем основным винтиком этой общей машины по борьбе за аккуратность является обработчик, самое существование которого во многом обосновывается необходимостью этой борьбы. Каждый газетный работник знает, каким количеством ошибок всякого рода начинены поступающие в редакцию оригиналы. Именно для их исправления существует значительный штат редакционных работников, начиная от заведующих отделами и обработчиков до корректоров включительно. Трудность этой работы вытекает из того обстоятельства, что ляпсусы подстерегают редакционного работника на каждом шагу и притом в столь разнообразных и многочисленных формах, что их трудно свести к сколько - нибудь основным типам.

Казалось бы, что единственное средство спасти газету от ошибок заключается в превращении обработчика в универсально образованного человека, так как попадающий ему для правки материал захватывает все стороны общественной жизни и касается всех отраслей знания. Поэтому, чтобы обрабатывать весь материал, обработчик должен как будто быть специалистом по всем вопросам. Однако, при ближайшем рассмотрении нетрудно заметить, что обработка газетного материала доступна в общем и целом каждому человеку, обладающему нормальным средним развитием и общей грамотностью, но при непременном условии исключительно добросовестного отношения к выполнению принятых на себя обязанностей и при постоянном стремлении к повышению своей квалификации.

Хотя и трудно уложить в какие либо рамки поступающий в газету материал, однако, в самых общих

чертах нормальная обработка его предъявляет к обработчику следующие требования:

1. Обработчик должен знать город, в котором издается газета, его географию, промышленность, историю, состав населения, его основные занятия, выдающихся людей.

2. Он должен знать историю, настоящее, экономику, перспективы развития, финансы, выдающихся людей СССР.

3. Он должен знать экономику, политику, финансы и перспективы развития тех государств, которые граничат с СССР или находятся в наиболее важных с ним отношениях—враждебных или дружественных.

4. Он должен иметь хотя бы самое общее понятие о каждом основном вопросе текущей информации по общественной жизни, политике, литературе, искусству и т. д.

5. Он должен быть знаком с наиболее употребительными техническими терминами.

6. Наконец, самое главное, он должен быть высоко грамотным политически.

Для того, чтобы достигнуть такой квалификации, обработчику следует прежде всего читать все то, что читают другие, т.-е. газеты, журналы, вновь выходящие книги или отзывы о них и пр. Интересы читателей и центральные вопросы газетной информации меняются не месяцами и неделями, а днями, и обработчик должен быть всегда в курсе новых вопросов. Но овладеть всеми знаниями далего не легко, гораздо легче знать, откуда можно почерпнуть необходимые сведения и уметь их черпать. Поэтому обработчик должен уметь прекрасно разбираться во всякого рода справочниках и пользоваться ими с наименьшей затратой времени.

1. Искажение факта. Искажению может подвергнуться как основной факт заметки, так равно и ее детали. Ничто, кроме общего развития и здравого смысла самого обработчика, не может спасти его от пропуска в печать того или иного ляпсуса. Поэтому обработчику приходится каждый, даже самый незначительный, факт пропустить через свою строжайшую критику именно с точки зрения здравого смысла.

Некоторую помощь обработчику в деле уловления и исправления искажения фактов работниками информации может оказать знакомство с причинами этого рода ляпсусов. К числу таких причин обычно относятся:

а) отсутствие у репортера знания связи данного факта с другими, ему подобными, а равно и самых обстоятельств, данный факт сопровождавших;

б) неуменье задавать во время интервью вопросы, в результате чего получается недостаточный охват важнейших сторон факта;

в) прямой переход к выводу, вместо наталкивания читателя на него, объясняемый недостатком фактического материала;

г) бессознательная подтасовка фактов во имя оправдания собственного мнения репортера;

д) неумение проследить весь ход событий;

е) неумение оценить факт с точки зрения здравого смысла;

ж) неумение отличить желание свести личные счеты от действительного разоблачения;

з) неумение опросить сведущих лиц и проверить сообщаемые ими сведения;

и) стремление создать сенсацию из события, явно этого не заслуживающего.

2. Неправильная подача факта в результате упущения важных деталей. Упущение или

опущение важных деталей нередко превращает в общем и целом верную заметку в нелепую или неправдоподобную, что чаще всего бывает при изложении мнения какого-либо лица. Зачастую репортер сообщает лишь выводы или сущность мнения, пренебрегая не только основаниями его, но теми оговорками, ограничениями или утверждениями, которыми автор этого мнения сопровождал высказывание его, причем достаточно иной раз опустить одну только фразу, чтобы исказить самое мнение, чрезвычайно затруднив таким образом работу обработчика.

Необходимо указать, что искажение чужого мнения или речи оратора путем опущения важных деталей является подлинным бичом нашей информации, причем подобного рода искажения в интервью или отчетах о заседаниях чаще всего бывают в результате не небрежности репортеров, а полного их незнакомства с тем вопросом, по которому они интервьюируют или реферируют. Однако, как бы ни были виноваты в этих ошибках репортеры, обработчики все же должны быть грамотными настолько, чтобы уметь ловить и не пропускать в печать подобного рода ляпсусы.

3. Ошибки в собственных именах. Ляпсусы этого рода сводятся главным образом к искажению собственных имен, фамилий, должностей описываемых лиц, географических данных, названий клубов, фабрик, заводов, коммерческих предприятий, трестов, комбинатов и т. д. Надо иметь в виду, что ошибка в подобного рода данных сплошь и рядом делает заметку для значительного круга читателей более смешной, чем любое, допущенное в ней искажение факта. Конечно, в просачивании подобных ошибок в газету не всегда виноват обработчик,—они могут появиться и по вине корректора или правящего полосу наборщика, однако за правиль-

ность оригинала, для корректора и наборщиков являющегося единственным источником проверки, отвечает только обработчик. В борьбе за точную передачу собственных имен лиц и учреждений своего города обработчик может пользоваться просто своей памятью, однако лучше рекомендовать ему не доверять этому источнику, который все же может подвести, и всегда иметь под рукой хотя бы телефонную книжку, если другого справочника нет в редакции. Кроме того, очень полезно относительно имени, отчества и фамилии подробные справки наводить просто по телефону. Наблюдение за точностью и идентичностью собственных имен приобретает особую важность при обработке разоблачительного рабкоровского материала, где незначительное искажение может повлечь за собой весьма и весьма значительные последствия.

4. Ошибки в цифрах. Зачастую читатель, имеющий дело с несколькими газетами, видит, что производительность одного и того же завода в разных газетах колеблется изумительно, и что цифра месячной выплавки стали из 50.000 пудов, по одной версии, докатывается внезапно до нескольких миллионов пудов — по другой. Зачастую подобного рода ошибки возникают опять-таки потому, что репортер скрывает под развязностью собственное невежество и, путая чугун со сталью, стоимость с весом, киловатты с вольтами, дает цифры просто фантастические. Конечно, сидящему всегда в редакции обработчику очень трудно проверить эти цифровые данные, но усомниться в них всегда следует и попутно проверить: не противоречат ли эти цифры данным ранее в той же газете, не противоречат ли они друг другу в одной и той же заметке и, наконец, как общее правило, не противоречат ли они здравому смыслу.

В общем, при обработке цифровых данных, при отсутствии каких-либо специальных источников проверки, обработчику рекомендуется пользоваться следующими правилами:

а) попросите репортера, чтобы он при вас перечитал перепечатанную на машинке заметку или сверьте ее по рукописному оригиналу,—цифры искажаются при перепечатке сплошь и рядом;

б) не требуйте от репортера обязательного соблюдения по отношению к цифрам правил языка типографии: пусть лучше все цифры пишет словами.

5. *Ошибки в датах.* Даты причиняют меньше неприятностей, чем другие обширные случаи ляпсусов, однако и здесь возможны курьезы и „досадные опечатки". В отличие от прочих ляпсусов, возможность исправить неточность в датах всегда в руках обработчика, которому здесь всемерную помощь окажут справочники, словари и т. п.

Общее вооружение обработчика в борьбе против возможных ляпсусов должно состоять в следующем:

а) знание местного круга фактов, т.-е. города и округа: география, политика, экономика, население, его интересы социальные, бытовые, культурные и иные;

б) знакомство с общей жизнью всего Союза: политика, финансы, экономика, партия, вожди, история. Для этого—чтение общей литературы и журналов для пополнения неизбежных пробелов, создающихся при чтении исключительно газет. Постоянное пополнение и обновление знаний, приобретенных ранее;

в) специализация в какой-либо области, в которой обработчик должен быть подлинным знатоком вопроса;

г) чтение возможно большего количества газет, во всяком случае газет центральных: во-первых, обработчик должен знать больше, чем он дает читателю, а во-

вторых, при чтении и изучении газет он будет все время учиться на чужих ошибках и достижениях;

д) во время работы записывать для памяти те вопросы и моменты, в которых обработчик почувствовал себя неуверенным; эти пробелы обязательно восполнить;

е) каждое новое собственное имя обязательно заносить в записную книжку,—эта кажущаяся мелочь очень часто может выручить из затруднительного положения;

ж) ознакомиться с источниками справочного характера, указателями, словарями и т. д. и приобрести технику пользования ими с наименьшей затратой сил и времени;

з) научиться разговаривать и наводить справки по телефону: ставить точные и краткие вопросы с таким расчетом, чтобы собеседник мог ограничиваться односложными утверждениями и отрицаниями.

Оценка факта и подача его.

В промежутке времени между выпуском двух очередных номеров одной и той же газеты во всем мире имеет место такое количество самых различных фактов, о которых самая идеальная редакция не только не в состоянии осведомить своего читателя, но и сама не может узнать. Далеко не все сведения, полученные редакцией, практически могут стать достоянием читателей, так как и этих сведений у редакции значительно больше, чем могут вместить страницы газеты. Таким образом редакции приходится факты отсортировывать, т.-е. решать, какие именно факты необходимо печатать, и притом — какие в первую очередь, обязательно, и какие—в случае возможности. Эту же задачу отбора фактов должны уметь решать для себя постоянные

сотрудники газеты и те агентства, которые снабжают газеты информационным материалом.

Американская печать при отборе фактов по качеству прибегает к своеобразной арифметике, принципом которой является интересность заметки, построенной на необычайности данного факта. Строится эта арифметика примерно так: обыкновенный, заурядный, т.-е. неинтересный случай с неинтересным, т.-е. тоже обыкновенным заурядным лицом—с точки зрения американской газеты—факт нолевого значения, о котором в печати упоминать не приходится; тот же обыкновенный случай, но с необыкновенным, с незаурядным, известным лицом равняется уже единице и заслуживает опубликования, равно как и незаурядный случай с лицом обыкновенным. Если незаурядны и лицо, и происшествие, факт оценивается уже двумя баллами и т. д.

В условиях советской печати подобный американскому принцип отбора новостей не применим. Мы, с газетной точки зрения, можем считать интересным только такой факт, такое событие, такое происшествие, которое так или иначе затрагивает непосредственные интересы читателей, а не только их потребность в легком и развлекательном чтении. Мерилом оценки факта для нас являются интересы читателя, этим фактом в той или иной мере затрагиваемые. В первую же очередь в наших газетах должна итти такая новость, которая затрагивает своим содержанием интересы широчайших слоев рабочих или крестьян (в зависимости от типа газеты), т.-е. не только жителей данного города, уезда или губернии, а всего Союза. На втором месте — затрагивающая интересы более узкой группы населения, например, данной ССР, на третьем—интересы одной лишь области, губернии, уезда, города и т. д.

Если в общем и целом указанный принцип отбора новостей, хотя и бессознательно, редакциями наших газет применяется, то подача этих новостей читателю производится без всякого принципа: зачастую не только читатель, но даже и редакционные работники не в состоянии определить, устанавливает ли газета своей подачей информационного материала связь между событием и интересами того круга читателей, которых оно непосредственно касается. Порой жизненно интересные для подавляющего большинства читателей факты подаются так небрежно, что читатель не только не поймет связи заметки с его интересами, не только не поймет самой заметки, но даже не прочитает ее или не дочитает до конца. У нас нет американского умения подавать заметку так, чтобы читатель ею сразу заинтересовался и прочел ее. А между тем нам мало и этого уменья, нам нужно еще, чтобы, прочтя заметку, читатель пришел к определенному выводу, чтобы он оценивал этот факт так, как его оценивает газета.

Таким образом нам необходимо в области информации строго проводить в газетах указанный принцип отбора новостей, с одной стороны, и с другой—научиться подавать их так, чтобы облегчить читателю труд усвоения этих новостей и оценки их значения для него, читателя. Для решения второй части задачи следует придерживаться американского способа подачи материала, основные правила которого сводятся к следующему:

1. Началом заметки должен являться вводный абзац или суммирующее введение, представляющее собою всю суть заметки в сжатой форме и отвечающее на вопросы: кто, когда, где, что, почему.

2. Самая соль заметки должна быть подана в начале первого абзаца, желательно в первой же фразе его.

3. Вся заметка в целом должна по построению напоминать перевернутую вершиной вниз пирамиду, т.-е. подаваться читателю в порядке убывающего интереса.

4. Заметка должна быть построена из коротких абзацев, каждый из которых дает исчерпывающее изложение той или иной подробности факта или хода событий и начинается с заинтересовывающей читателя фразы.

5. Общий тон заметки не должен быть сентенциозным; заметка должна быть построена так, чтобы читатель не чувствовал поучения, но поучался самостоятельно, приходя в силу подачи заметки к предопределенному редакцией выводу.

Ошибки, которые чаще всего встречаются в структуре заметок, можно свести к основному недостатку, а именно, к неумению репортера или рабселькора, а также и обработчика суммировать всю суть заметки в первом абзаце и придать первой фразе этого абзаца рекламный для всей заметки интерес.

1. Несоответствующее заметке вступление. Вступление не дает сути заметки, не суммирует ответов на все основные вопросы, не дает содержания всей заметки. Например, репортерский отчет о заседании производит впечатление по началу, будто в дальнейшем говорится лишь о речи одного оратора, тогда как на самом деле выступавших на заседании было несколько, было произнесено много речей. Подобное вступление прежде всего может сузить круг читателей заметки, так как весьма вероятно, что значительное количество читателей не интересуются тем оратором, которого репортер отметил во вступлении, а потому и самую заметку не станут читать, хотя охотно прочитали бы, если бы знали, что на заседании выступали и другие лица. Следовательно, подобное вступление прежде всего нарушает основное газетное правило:

никогда не рассчитывать на узкий круг читателей, а всегда иметь перед собой подавляющее большинство их.

Таким образом вступление должно не только давать содержание всего факта, но и быть исчерпывающим. Чтобы убедиться, соответствует ли вступление содержанию заметки, обработчик должен проверить его следующим образом:

а) является ли вступление само по себе настолько полным и ясным, что, будучи отрезано от заметки, может быть помещено в качестве самостоятельного хроникального материала? Если нет,—добавьте к этому вступлению те детали, которые делали бы его исчерпывающим;

б) отвечает ли вступление на естественные вопросы читателя: кто, когда, где, что и почему;

в) излагает ли оно весь ход событий, перечисляет ли все детали факта, т.-е. может ли оно служить оглавлением заметки;

г) является ли оно законченным, т.-е. дает ли исчерпывающие сведения, или же только вводит читателя в курс дела;

д) есть ли во вступлении тот „гвоздик", на который можно повесить всю заметку напоказ читателю, т.-е. выявлена ли связь между жизненным интересом читателя и сообщаемым фактом;

е) достаточно ли ясно из вступления, что заметка говорит о свежей новости, или же читатель может подумать, что ему подносят детали и подробности вчерашнего известия?

2. Неумение начать с сути. Вступление всегда должно начинаться самой сутью заметки, самым важным в ней. Поэтому с деталей оно может начинаться только в том случае, если эти детали и являются для

читателя существеннейшей частью всего сообщения, хотя бы по отношению к сообщаемому факту они и являлись второстепенными.

Для обработчика чрезвычайно важно оценивать рекламное положение первой строчки: белое пространство между заголовком и первой строчкой материала превращает для читателя эту строчку в подчеркнутую, — глазу кажется, что краска на ней чернее и буквы жирнее, чем в последующих строках. Это положение первой строки обязывает к заполнению ее фразой настолько интересной, чтобы она могла не только поймать внимание читателя, но и увлечь его на прочтение всей заметки. Потому ли, что обработчики не дооценивают значения первой строки, потому ли, что порой чрезвычайно трудно начать изложение хода событий с самой сути, — но первая строка сплошь и рядом в наших газетах заполняется совершенно ненужными пустяками. Не лучше бывает и в тех случаях, когда обработчик переоценит вступление и впадет в другую крайность, превратив его в неестественное, т. е. выйдет за пределы сути заметки и подменит эту суть каким-нибудь нелепым сравнением, бурным преувеличением или ошеломляющей параллелью. В этом случае налицо будет та же ошибка, что и в предыдущем: читателю нужна суть заметки, а не попытка обмануть его, увлечь несуразицей.

Поскольку заметка вообще стоит того, чтобы ее печатать, — в ней есть определенная суть, интересная для читателя. Следовательно, обработчик должен найти именно эту суть, а не гоняться за такими фразами или эпитетами, сравнениями или параллелями, при помощи которых можно было бы придать заметке видимость интереса.

Работая над первым абзацем заметки, обработчик прежде всего должен следить за тем, чтобы в осталь-

ной части заметки не была похоронена интересная деталь, пропущенная во вступлении. Если во вступлении указаны все интересные моменты хода события или все наиболее интересные стороны факта, — задача почти решена. Перенесения в первую строку наиболее интересной части вступления обработчику легко добиться путем перестановки нескольких фраз.

При помощи следующих вопросов обработчик может проверить свою работу над началом заметки:

а) является ли первая строка заметки той витриной, которая может привлечь внимание читателя?

б) нет ли в остальной части вступления фразы, сильнее привлекающей внимание, чем первая фраза?

в) является ли первая строка (фраза) заметки существенной частью всего ее содержания, не притянута ли она за уши со стороны?

г) не совпадает ли первая строка заметки с первой строкой заголовка?

3. П о д а ч а ф а к т а, н е с о о т в е т с т в у ю щ а я е г о з н а ч е н и ю. Эта ошибка происходит оттого, что репортеры, не понимая значения вступления и считая его просто первым абзацем, ставят в начале заметки самый интересный момент ее, в результате чего остальная часть заметки просто обесцвечивается. Эта ошибка очень часто всплывает в длинных заметках, например, в отчетах о заседаниях. Пишущий отчет зачастую не упоминает во введении о многих, хотя бы и интересных, но не первостепенных, фактах; ночной редактор при верстке отрезывает конец заметки, и эти факты совершенно пропадают для читателя. Во избежание этого обработчику следует пользоваться при проверке заметки ее вступлением, как оглавлением, что даст ему возможность поймать утерянные репортером детали или факты.

4. Неумение использовать суть заметки для ее построения и изложения. Ошибка эта чаще всего встречается в рабселькоровском материале. Часто рабкор начинает заметку с очень интересного факта, в дальнейшем же изложении забывает о нем и тонет в деталях. Читатель в таких случаях чувствует себя как бы обокраденным и во всяком случае обманутым, — богатая витрина скрывает за собой убожество магазина. Например, заметка об изобретении рабочего: во вступлении рабкор сообщает, что такой-то рабочий на таком-то заводе изобрел то-то и то-то, благодаря чему поднялась производительность целого цеха, а в изложении он уже забывает и рабочего изобретателя, и его изобретение, описывая на все лады самый завод, цех, директора, завком, производственное совещание, ни слова не говоря уже о том самом интересном факте, с которого начал заметку. Читатель же ищет сути, т. е. ответа на вопрос о том, почему изобретение дало крупный производственный эффект, заслуживает ли оно применения и на остальных заводах и т. д. В данном случае совершенно очевидно, что вся заметка должна была явиться лишь изложением сути, суть же заключается в изобретателе и его изобретении.

5. Неуменье подготовить заметку к верстке. Условия верстки требуют, чтобы заметка допускала совершенно безболезненное ее сокращение. Требование это обусловливается тем, что обычно всякая редакция дает информационного материала больше, чем может вместить номер, создавая таким образом загон. Но если загон и допустим в отношении публицистического материала, то он совершенно неприемлем для информации, которая всегда и во всяком номере обязательно должна быть свежей, а не подержанной. Следовательно, выпускающий обязан по возможности поставить в очередной

номер всю информацию, приготовленную редакцией, в противном случае эта информация потеряет всякую ценность. Втиснуть в полосу всю информацию — значит сократить отдельные заметки. Сокращение же, связанное с передактированием, во-первых, отнимает у выпускающего время, во-вторых, предполагает в нем такую квалификацию, которой он обладать не обязан, и, наконец, сопровождается необходимостью сокращаемую заметку перебирать, чего абсолютно не допускает та спешка, которая при верстке всегда налицо.

Авторы, в большинстве случаев весьма поверхностно знакомые с типографской техникой, совершенно не обладают умением приспосабливать свое творчество к условиям верстки и, следовательно, эту работу приходится проделывать обработчику. Обычно непригодность заметки к верстке происходит от несоответствующего содержанию заметки вступления и неумения построить всю заметку по принципу убывающего интереса. Обработчик может устранить это явление путем перенесения части фактов во вступление и переработки остальной части заметки. Проверка пригодности заметки к верстке дается ответами на следующие вопросы:

а) можете ли вы без ущерба для содержания заметки отрезать последний абзац заметки или вообще выкинуть какой-либо абзац?

б) ослабевает ли интересность заметки к концу ее?

в) не разукрашен ли конец заметки потому, что в начале или средине ее пропущено что-нибудь существенное?

6. Отсутствие связи между абзацами. Каждый абзац заметки, за исключением первого, должен описывать совершенно самостоятельную деталь и притом так, чтобы допускал выброску без серьезного ущерба для сути заметки, иными словами, каждый абзац должен давать развитие определенного факта,

намеченного во вступлении, и являться по форме самостоятельной мелкой заметкой. Однако при соблюдении этого правила многие авторы нарушают другое, не менее серьезное и существенное, а именно, эти самостоятельные абзацы не увязывают в цельную заметку. За этим должен следить обработчик, помня, что каждый абзац должен быть настолько же самостоятелен, насколько единой и цельной должна быть сумма их.

7. „Мораль" в заметке. По общему правилу оценка фактов и подробное их разъяснение в том случае, если сами по себе факты могут привести читателя к ненадлежащему выводу, или потому, что рядовому читателю трудно уяснить себе всю цепь явлений, характеризующих тот или иной момент общественной жизни, выводы и правила поведения, — все это дается в публицистической части газеты. Информация же не должна содержать в себе этой оценки, не должна навязывать читателю выводы, а обязана приводить его к выводу, оценке, морали, — в противном случае пропадает всякий намек на агитацию фактами, которая по сути дела и является основной задачей газетной информации. Между тем авторы сплошь и рядом начиняют свои заметки именно моралью, сентенцией, нравоучениями, прибегая для протаскивания этого явно контрабандного товара к возможным ухищрениям, уснащая заметку эпитетами, прилагательными, преувеличениями и т. д. Обработчик должен все эти налеты творчества старательно снимать, помня о читателе, который не любит подобных поучений, да и едва ли в них нуждается. В этом деле обработчику помогут следующие вопросы:

а) Может ли читатель сразу заметить, что ему навязывают вывод, не доверяя его способностям?

б) Окрашена ли заметка самой сутью факта и его подачей, или же только прилагательными, эпитетами и прочими авторскими орнаментами?

в) Что дал автор: то ли, что он действительно **знает**, или же только то, что он **предполагает**?

г) Для кого написана заметка — для всей массы читателей или же для немногих посвященных?

Стиль и форма изложения.

Большинство ошибок, с которыми приходится бороться при обработке, может быть отнесено именно к этой категории. Они не так серьезны и ответственны, как всякого рода ляпсусы, но еще более неприятны для глаза, а порой еще более затрудняют читателя и поэтому требуют внимательнейшего исправления.

1. **Употребление длинных фраз и сложного синтаксиса.** Основным требованием, предъявляемым к газетному языку, является требование максимальной „читабельности", требование облегчить труд читателя по усвоению содержания газетных столбцов. Наш читатель вообще с трудом усваивает мудреные обороты и, конечно, не в состоянии подолгу копаться в одной фразе для того, чтобы в дебрях путанного языка выловить мысль автора. Поэтому фраза должна быть простой и ясной.

Единственный стиль, удовлетворяющий массового читателя, — это стиль коротких простых предложений без всяких придаточных, причем обычно читателя не так затрудняет длина периода, как его запутанность: в одной фразе из шести-восьми слов можно запутать читателя гораздо глубже, чем в периоде из двадцати пяти слов. Тем не менее многие авторы частенько нагромождают в одной фразе массу мыслей, запутывая этим основной смысл, пересыпая фразу знаками препинания,

уснащая ее ненужными определениями и дополнениями. До тех пор, пока авторы не поймут, что красота газетной фразы зависит исключительно от ее простоты и краткости, — все подобного рода погрешности против языка придется устранять обработчику, который самую запутанную фразу легко упростит путем разбивки ее на самостоятельные предложения.

2. Ненужный разгон. Многие авторы (особенно рабселькоры) не умеют писать без разгона, без своего рода словесного трамплина, т.-е. начинают заметку совершенно ненужными и неидущими к делу фразами. При обработке с этим необходимо вести самую жестокую борьбу, практически показывая разницу между чистым газетным языком и тем выспренним „штилем", который почему-то у начинающих авторов считается языком „литературным". Обработчик должен поэтому прежде всего разыскать в средине или в конце фразы суть ее и эту суть вытащить в начало, — уже одна эта операция превратит запутанную фразу в более простую.

Откуда вообще этот недостаток у начинающих авторов? Суть и происхождение ошибки заключаются в стремлении авторов читать вслух свои заметки и по слуху исправлять стиль и слог. Нет ничего ошибочнее подобного приема, к которому, к сожалению, многие редакции в своих указаниях приучают рабкоров и репортеров. Газетный язык должен быть рассчитан на чтение про себя и притом на быстрое чтение. Обработчику придется еще долго трудиться над вытравлением из оригиналов всяческих остатков этого своего рода „ораторского стиля". Самыми обычными из этих остатков являются совершенно бессодержательные и абсолютно ненужные вводные слова, вроде „в виду изложенного", „как мы уже указывали выше", „не-

смотря на то, что", „принимая во внимание", „исходя из" и т. д.

3. Неуменье пользоваться короткими, но исчерпывающими абзацами. Не только рабкоры, но и квалифицированные работники газетного дела зачастую упускают из вида, что всякое растянутое произведение в газете (особенно если длина строчки не превышает четырех квадратов) растягивается и превращается в тяжкую для читательского глаза „колбасу". Для уничтожения этого обработчику следует произведение разбивать в оригинале на абзацы, помня, что длина абзаца в газетной колонке не может превышать двенадцати строк. Во многих редакциях существует хорошее правило: строка оригинала, перепечатанного на машинке, равняется нормальной газетной строке. Но и при нарушениях этого правила все же установление соотношения между строкой оригинала и набранной строкой для обработчика не может представлять особого затруднения.

Конечно, всякий обработчик довольно быстро приучится распущенному и растрепанному оригиналу придавать культурный газетный вид и быстро привыкнет улавливать стремление начинающих авторов ставить в середину абзаца прямую речь: оценивая значение кавычек для читательского глаза, обработчик, конечно, станет с прямой речи начинать обзац, а не прятать ее куда-то вглубь.

4. Многословие. Язык наших газет безусловно далек не только от совершенства, но даже и от обычной правильности: он плох не потому, что далек от художественности, а именно потому, что в погоне за „художественностью" и „литературностью" теряет свою ясность. Нельзя забывать, что для газеты язык вообще никогда не является самоцелью, всегда оставаясь лишь средством довести до читателя определенную мысль,

сообщить ему сведения о тех или иных фактах. Поэтому настоящая краткость стиля, краткость языка и является той своеобразной и на сто процентов оправданной красотой, к которой и должен стремиться газетный язык.

Если краткость является основным достоинством газетного языка с точки зрения интересов читателя, то она же стоит в непосредственной связи с интересами чисто производственными; ежедневно каждая газета получает гораздо больше материала, чем могут вместить ее столбцы,—вместе с тем каждая газета заинтересована в том, чтобы дать читателю как можно больше материала,—поэтому от пишущего информационную заметку требуется краткость, доходящая до лаконизма. Конечно, подобного рода краткость изложения может получиться лишь, как оформление дисциплинированной и точной мысли, но, как общее правило, ни одно слово не может появиться в заметке, если его присутствие безусловно не оправдано. Поэтому обработчик должен вести беспощадную борьбу со всяким многословием в информации. Он должен задавать себе вопрос о необходимости помещения каждого абзаца, каждой фразы, каждого слова; он всегда должен стремиться к замене нескольких слов одним, должен уметь выловить из моря ненужных слов нужные и связать их в одну фразу. Если многословие является результатом повторений, следует выбрать наиболее удачное из нескольких выражений, а остальное уничтожить. В других случаях многословие объясняется тем, что одна фраза почему-то разбита на две,—здесь следует каждую фразу раскритиковать жесточайшим образом, в результате чего почти всегда получится одно стройное предложение. Этот процесс так называемого „отжимания воды“ практически сводится к тому, чтобы подогнать фразу к мысли, ибо за многословием обычно скрывается отсутствие мысли.

Само собой разумеется, что в результате сокращения не должны страдать нужные для заметки мысли и факты, — отжиманию должна подвергаться лишь их словесная оболочка, от этого мысль лишь очищается, факт становится более очевидным.

5. Употребление общих фраз и трафаретных слов. На первый взгляд может показаться, что выбор слов и выражений зависит главным образом от автора и касается прежде всего его. Но фактически последнее слово остается за обработчиком. Нередко обработчику приходится не только выжимать из автора все положительное, что имеется в заметке, но и пополнять это положительное. Сделать газету интересной— почти всегда значит выбросить из употребления затасканные слова и заменить их словами живыми.

6. Неумение пользоваться глаголами. Интересы читателей требуют ярких и живых глаголов, но, к сожалению, именно в этом отношении газеты наименее идут навстречу читателю. Все употребительные в газетах глаголы у нас заштампованы, заклишированы, у нас всякий оратор „выступает", „останавливается", „подчеркивает" и т. д., хотя весь этот газетный „стандарт" вызывает у читателя совсем не те зрительные представления, которых хочет газета.

Между тем в русском языке имеется не только глагол для точного определения каждого действия, но и глагол для определения оттенка в любом действии: чем больше в заметке таких оттенков, тем она живее и понятнее для читателя, обработчик должен внимательно следить за тем, чтобы один и тот же глагол дважды не повторялся в заметке,—и нет таких случаев, когда подобного повторения нельзя было бы избегнуть. Может быть, в начале эта работа для обработчика покажется трудной, но в дальнейшем, при постоянном

стремлении к замене надоевших глаголов свежими и при устранении повторения глаголов, он быстро пополнит собственный лексикон.

7. Режим экономии в газетном языке. Проведение „режима экономии" в газетном языке, т.-е. решительное вычеркивание лишних абзацов, фраз, выражений и слов, замена изношенных словесных клише живыми словами требует от обработчика внимательности, настойчивости и вместе с тем отчетливого понимания того внутреннего смысла, на котором этот режим должен быть построен. Совершенно недопустимо употребление тех слов и эпитетов, которые кажутся „красивыми" автору, но которые не помогают читателю усвоить газетную заметку. Равным образом недопустима подмена живых и общеупотребительных в разговоре слов словами „литературного" языка, — однако еще менее допустима легализация провинциализмов, жаргона и тому подобного языкового мусора, хотя бы он был и на 100% разговорным.

Обработчик должен быть значительно богаче словесным запасом, чем литературные сотрудники и информработники редакции, так как именно ему и приходится проводить в жизнь этот языковый режим экономии. Главным средством к такому обогащению словесного запаса является, конечно, чтение,—десяток слов в неделю, добытых при чтении других газет, журналов и книг, уже окажет обработчику значительную помощь.

Но, кроме печатного слова, у наших обработчиков почти всегда под рукой имеется богатейший источник пополнения словесного запаса разговорным живым материалом,—письма рабочих и крестьянских корреспондентов. Правда, рабселькоровские заметки уже в достаточной степени испорчены газетой: стремясь к тому, чтобы материал его был помещен, рабселькор в стиле

и языке подражает газете, пользуется клишированными словами и выражениями, но все же окончательно вытравить из своих произведений живой дух, живое слово, рабкорам не удается. Рабкоровские же письма, адресованные редакции не для печати, запросы, разъяснения, указания и т. п. являются подлинным сокровищем живого и образного языка, пользуясь которым обработчик сможет не только пополнить свои словесные запасы, но и помочь превращению суконного языка наших газет в язык живой, образный и понятный.

8. Помни о читателях! Газета должна являться не только хранительницей правильного языка, но и основным массовым агитатором за него. На деле же этого пока у нас нет и в помине: газетный язык пересыпан неграмотными фразами и выражениями, неправильными образами и такими иностранными словами, которые хороши разве своей звучностью и непонятностью, отнюдь не являясь непереводимой на русский язык специальной терминологией.

Как все это отражается на читателе?

Не говоря уже о том, что благодаря подобному языку газета в значительной части до читателя вообще не доходит, даже не читается им,—всякое неграмотное выражение, проскочившее в газету, сотнями тысяч читателей будет признано за образец грамотности,—иначе бы, мол, в газете не напечатали!—миллионы раз будет повторено в разговорной речи, войдет в обиход и исказит язык всерьез и надолго. То же самое относится в равной, если не большей мере и к иностранным словам, которыми без всякого основания и смысла явно злоупотребляют наши газеты.

Заметка Ленина об очистке русского языка висит почти во всех редакциях газет в редакторском кабинете на самом почетном месте — под портретом Ильича.

И—странная ирония—это почетное место всегда находится сзади редакторского кресла, так что редактор во время работы никогда эту заметку не видит. В связи же с тем, что редакторы газет читают (если вообще читают!) газетный материал только в отпечатанном уже номере,— эта заметка Ленина была бы гораздо уместнее в той комнате, где занимаются обработчики, и притом хотя и не на столь почетном, сколь на удобном для постоянного чтения ее месте.

Однако даже при том условии, если перевод иностранных слов войдет в неписанный кодекс наших газет наравне с тем или иным языком типографии, обработчику все же придется потратить немало времени и усилий на спасение газеты от тех буквально диких ляпсусов, которыми награждают нас переводчики. Например, в мае 1926 года, описывая английскую всеобщую забастовку, собкор ТАСС'а сообщал:

„Ваш корреспондент обошел все доки Лондона— Вест-Индия, Ост-Индия —" и т. д.

Читатель в явном недоумении — откуда в Лондоне оказались сразу две Индии? Практически же дело обстояло чрезвычайно просто—переводчик спутал восточный и западный округа города с восточной и западной Индией, т.-е. Вест-Энд и Ист-Энд с Вест-Индией и Ост-Индией.

Другой корреспондент ТАСС'а, сообщая об убийстве Петлюры, пишет:

„На улице Мертрие к Петлюре подошел" и т. д.

В Париже никакой улицы „Мертрие" нет и никогда не было. Слово „мертрие" в переводе на русский язык значит „убийца", поэтому подлинный текст телеграммы гласил:

„На улице к Петлюре подошел убийца" и т. д.

Таких „курьезов“ можно привести сколько угодно. Обезопасить от них на будущее наши газеты может только обработчик.

IV. НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОБРАБОТЧИКА КАЧЕСТВА.

1. Искусство схватывать ошибки. Искусство схватывать на лету ошибки—это первое, что должен усвоить обработчик. Обыкновенный читатель не заметит и половины тех ошибок, которые сразу схватит опытный обработчик. Однако подобное превосходство обработчика над читателем отнюдь не спасает работы первого от стопроцентной проверки ее всеми читателями, ибо, если один читатель поймает только одну ошибку, то другой, не заметив одну, поймает другую и т. д. Словом, если в газете сотня ошибок, то достаточно нескольких сотен читателей, чтобы все ошибки были замечены. Читатель потому не видит всех ошибок, что его внимание обращено не на форму изложения фразы, а на смысл ее, причем он читает не отдельными фразами, а обычно всю заметку сразу и следит за развитием мысли, очень часто своей собственной, которой в заметке и нет. Обработчик же, понимая, что смысл фразы зависит от того, как она сделана, читает фразу по отдельным словам и оберегает читателя от неправильного понимания заметки, спасая смысл последней от искажения его отдельными ошибками.

Это искусство схватывать на лету ошибки дается только практикой. Опыт показывает, что ошибки прячутся настолько хорошо, что поиски их сплошь и рядом оказываются безнадежными,—их надо не искать, а чувствовать, причем это чувство ошибки становится в конце концов подсознательным, привычным чувством у обработчика. Начинающий обработчик должен воспитывать

в себе это чувство путем постоянного возвращения во время чтения рукописи к тем составным частям, из которых построен процесс изложения мысли. С этой целью он прежде всего должен отучиться от манеры рядового читателя читать поверхностно,—читать необходимо чрезвычайно тщательно, замечая в процессе чтения каждую букву, каждый знак препинания, каждое слово, каждую фразу.

Подобного рода привычку надо распространить не только на чтение оригиналов в редакции, но и на всякое чтение вообще: на чтение газет, книг, журналов, личных писем и т. д.

Когда обработчик добьется того, чтобы каждая ошибка сразу бросалась ему в глаза, где бы он ее ни увидел, тогда и только тогда он станет действительно хорошим обработчиком.

2. Аккуратность. Гордостью обработчика является сохранение оригинала в наиболее чистом виде при наибольшей правке: обязанность его заключается не только в правке рукописи, но и в подготовке ее к печати, поэтому необходимо, чтобы из его рук оригинал вышел более разборчивый, чем был до обработки.

Правка рукописи рассчитана на уставшие глаза линотипистов и ручных наборщиков, поэтому в работе следует пользоваться остро очиненным мягким (№ 1 или 2) карандашом, каждый знак ставить четко и ясно, чтобы наборщик сразу отличил знак обработчика от случайной черты на оригинале. Когда обработчик вычеркивает слова, он должен их вычеркнуть как следует, а оставшиеся — соединить четким мостиком, чтобы наборщику сразу было ясно, в чем поправка обработчика. Там, где при наборе может возникнуть сомнение относительно построения фразы, обработчик заранее все должен

выяснить графически, что особенно важно при выброске слов в начале или конце фразы.

Вместе с тем разборчивость оригинала отнюдь не увеличивается с возрастанием числа сигналов обработчика, поэтому знаков должно быть как можно меньше, но все поставленные должны отличаться исключительной точностью и четкостью, — никаких вставок вдоль оригинала, — только над строкой; при большой вставке, при значительном числе замененных в одной фразе слов, как крайняя мера, допускается вклеивание полосы бумаги с переписанным от руки отдельным абзацем.

Каждая обработанная рукопись должна иметь такой вид, как будто обработчик, побивая поставленный кем-то рекорд аккуратности, предназначает вместе с тем оригинал для самого бестолкового в мире наборщика.

Начинающему обработчику подобная аккуратность часто надоедает тем более, что по технической неграмотности он считает большую часть литерных ошибок и ошибок в знаках препинания „мелкими“, — наборщик, мол, сам поправит. Опытный обработчик этого никогда не сделает, зная, что типография обязана набирать согласно с оригиналом, и, что в случае пропуска запятой или ошибочной постановки запятой, для исправления этих „мелких“ ошибок в наборе придется перебирать целую строку.

3. Быстрота. В газетной работе нет места мешкотности и копотне,—всю работу надо проделывать не только хорошо, но и быстро, в темпе производства типографии. Однако быстрота не имеет ничего общего с поспешностью, которой зачастую грешат начинающие обработчики. Вместо того, чтобы сразу набрасываться на оригинал и вносить в него бесчисленное количество помарок и поправок немедленно же, опытный обработчик сначала прочитает весь оригинал, во время чтения

установит весь план обработки, после чего самый процесс ее пройдет быстро и аккуратно. В результате окажется, что тот обработчик, который сначала прочитал оригинал и обработал затем его по плану, закончил работу значительно быстрее.

Как общее правило, каждое исправление должно быть нанесено лишь после того, как оно предварительно продумано, до тех же пор карандаш не должен касаться рукописи.

4. Внимание, чуткость, экономия. Заведующий отделом дает обработчику указание: „сократить до стольких-то или стольких-то строк". Обработчику лень думать над заметкой или, что еще хуже, он не умеет подумать над ней. В результате указание заведующего отделом выполняется за счет содержания заметки, заметка становится хуже, чем была до сокращения, потому что в вычеркнутых обработчиком фразах было многое, делавшее заметку интересной для читателя, между тем как оставшееся продолжает быть сплошной болтологией, никому и ни для чего ненужной.

Рабселькоры иногда обвиняют редакции в том, что газеты замалчивают факты, сообщенные рабселькорами. Но это небольшой грех редакции. Внимательное исследование газетного материала покажет, что на одну задержанную или сокращенную редактором заметку приходится десяток уничтоженных или изувеченных по вине быстрого на руку безответственного обработчика. Эти обработчики знают, что каждая заметка должна уложиться в отведенные ей рамки, но совершенно не умеют сами ее уложить в них, а потому прибегают к совершенно необоснованным вымарываниям отдельных абзацев. Между тем, если сплошь и рядом должен быть уменьшен размер заметки, никогда не бывает, чтобы это уменьшение размера шло за счет сокращения ее

сути: содержание заметки всегда и при всяких сокращениях должно остаться прежним и даже более полным, чем до сокращения словесной оболочки этого содержания.

Бессмысленному сокращению следует противопоставить систематическое отжимание воды из заметок, причем этот процесс распространяется скорее на отдельные слова и выражения, чем на целые фразы и абзацы. Аккуратно выполненный процесс отжимания улучшает заметку по сравнению с ее оригинальным видом, ибо посредством него, как говорят американские журналисты, удаляется „излишний жир со словесного блюда". Этот процесс, как указано раньше, заключается в замене нескольких слов одним, в замене нескольких повторений наиболее удачным выражением, в сжатии основной мысли в одну наиболее короткую ясную фразу, с тем, однако, чтобы ни одна, даже побочная, мысль не пропадала для читателя. В результате этого процесса девять десятых всех заметок, попадающих в обработку, выигрывают самым наглядным образом.

5. Умение выявить факты. Умение развить заметку для обработчика необходимо в той же мере, как и умение отжать воду и заметку сократить, и требует не меньшего искусства. Конечно, далеко не фокус не только для обработчика, но и для всякого автора расширить свою заметку при помощи повторений, словесного переполнения, увеличения количества параллелей и сравнений, без которых вообще легко обойтись. Основное затруднение вытекает лишь из того, что при всяком развитии заметки необходимо соблюдение самого основного правила газетной работы: ни одна заметка ни в коем случае не может занимать места более, чем это необходимо для исчерпывающе ясного изложения ее основной мысли. Это же основное требование выпол-

нимо исключительно путем введения в заметку дополнительных фактов. Казалось бы, что обработчик, ведущий всю свою работу за редакционным столом, совершенно не в состоянии пополнить заметку какими бы то ни было фактами, — неоткуда их взять. На самом же деле даже поверхностный анализ любой репортерской или вообще информационной заметки показывает, что она содержит в себе гораздо больше фактов, чем в ее изложении упоминается, т.-е. полна фактов скрытых или подразумеваемых. Подобно тому, как для опытного обработчика нет особого труда в восстановлении подлежащего в тех случаях, где предложение превращено в безличное, так равно и здесь обработчик легко может уловить и „проявить“ подразумеваемый факт. Конечно, эта работа требует большого умения, ибо, вводя опущенный факт, обработчик никоим образом не должен нарушать сумму содержания данной заметки.

Наилучшим способом проведения своей задачи для обработчика является восприятие точки зрения читателя, т.-е. подход к заметке такой: что хотелось бы знать по поводу описанного явления или события, какие детали желательно было бы в заметке видеть. Практически наилучшим материалом для развития заметки является ее вступительная часть, передающая ее общее содержание. Развитие этого вступления отнюдь не означает введения в него изобретенных самим обработчиком фактов, — обычай неопытных обработчиков „привирать“ заслуживает самого решительного осуждения, — а лишь проявление фактов, скрытых автором от читателя, как заранее подразумеваемых или же общеизвестных, вытекающих из содержания всей заметки.

При необходимости развить заметку, переданную по телеграфу или по радио, большую помощь обработчику может оказать так называемый „морг“, т.-е. специаль-

ный редакционный справочник, содержащий сведения обо всех выдающихся лицах, обо всех крупных событиях. На основании сведений „морга" (или другого справочника) обработчик легко может дать читателю сведения о том или ином деятеле, упоминаемом в заметке, привести историю разбираемого вопроса и т. д. От этих проявленных сведений заметка расширится пространственно, но зато все же выиграет в качестве, облегчив читателю восприятие основной мысли.

6. Организация техники. Обработчик во время расширения или сокращения заметки всегда точно должен знать соотношение между перепечатанным на машинке оригиналом и набором, т.-е. скольким строкам набора равняется строка оригинала. Как уже было сказано, в редакциях, стремящихся облегчить и, следовательно, ускорить работу редакционного аппарата, в частности обработчиков, принята система равенства строки оригинала строке набора. Там, где подобное правило не проведено в жизнь, обработчику следует иметь в виду, что обычная газетная строка содержит от 35 до 40 знаков корпуса (линотипного) и приблизительно столько же петита, поскольку в применяемых у нас линотипных шрифтах преобладают узкий корпус и латинский петит; строка же оригинала, перепечатанного на машинке, в среднем равна 60—65 знакам, ибо опытная машинистка без полей (обычная каретка на машинке вмещает 75 знаков) не пишет.

Конечно, гораздо правильнее для обработчика, приступающего к работе в новой редакции, взять у заведующего наборным отделением точную справку о шрифтах, с одной стороны, и добиться стандартной строки у машинисток, с другой, — тогда определение размера заметки не представит никакого затруднения.

V. ПОДГОТОВКА РУКОПИСИ К ПЕЧАТИ.

Помимо исправления ошибок автора, обработчик должен окончательно приготовить рукопись к печати, т.-е. дать исчерпывающие указания наборщику и выпускающему.

Указания наборщику даются на самом оригинале, в начале, конце или средине его на полях и обводятся обычно кружком, чтобы наборщик их, во-первых, сразу заметил и, во-вторых, не принял бы за поправки или дополнения к тексту и не проделывал бы совершенно излишней работы по набору их.

Поскольку в каждой типографии газетные шрифты стандартизованы, указания эти сводятся лишь к назначению кегля, т.-е. размера того шрифта, которым следует набирать данную заметку, и лишь в провинциальных типографиях, применяющих на ряду с машинным и ручной набор, следует указывать название шрифта, например: „10 латинский“, „8 медиоваль“ и т. д. Отдельные заметки или телеграммы, которые редакция считает нужным особо выделить, должны быть набраны в две колонки или, как принято называть в некоторых типографиях, „в стык“. Конечно, это указание дается так же на рукописи, как и указание шрифта. Определение названия шрифта для заголовков следует считать обязательным, если только заголовочные (титульные) шрифты не стандартизованы редакцией.

Указания, которые даются обработчиком выпускающему, имеют своей целью облегчение всего процесса верстки и обязательно набираются в том виде (полном или сокращенном), в каком они даны на оригинале. Вполне понятно, почему их надо набирать: наборщик имеет дело с оригиналом, выпускающий же—с оттисками: если указания обработчика останутся на оригина-

лах, они ни в коем случае не дойдут по назначению, т.-е. до выпускающего.

Основные указания выпускающему ставят своей задачей избавить последнего от необходимости прочитывать обязательно весь материал текущего номера. Поэтому обработчик должен на заметках прежде всего указывать тот отдел, в котором должна быть помещена та или иная заметка, например, „партжизнь“, „рабжизнь“, „профдвижение“, „на местах“, „по городу“ и т. д. В случае, если эти отделы не имеют своего раз навсегда определенного места на газетных полосах, обработчик указывает его, ставя дробь, числитель которой указывает колонку, а знаменатель—полосу. Распределение материала в колонках, если оно не предоставляется разумению выпускающего, определяется особой разметкой, исходящей от секретаря редакции или от заведующего соответствующим отделом.

В длинных заметках, поступающих в наборную по частям, обработчик обязательно указывает на каждом куске оригинала начало заголовка и порядковый номер оригинала для того, чтобы выпускающий не перепутал гранок, в конце же каждого оригинала ставит знак, указывающий на то, что данная заметка еще не закончена. Знак этот типография переводит на свой язык, переворачивая последнюю строку набора перед оттиском его.

ИСКУССТВО ЗАГОЛОВКА.

Искусство заголовка в наших газетах стоит на самой низкой ступени.

Наши заголовки до сих пор еще не вышли из своего раннего этикетного возраста, до сих пор лишены действенности и по существу никакой газетной функции по отношению к читателю не отправляют: есть ли они, или их нет,—читателю все равно. В самом деле, какая разница читателю центральных газет, смотреть ли петитную колбасу в „Правде“, обозначенную этикеткой „Хроника“ и разбитой лишь на отмеченные „мушками“ абзацы, или же в „Известиях“ под общей этикеткой „Хроника дня“ читать еще и мелкие, ничего не выражающие, этикетки: „На московском трамвае“, „Ремонт школ“, „Приезд иностранцев в Москву“, „Передача самолетов“ и т. п. Так или иначе, под одноii этикеткой или под несколькими идет хроникальный материал, все равно читатель, для того, чтобы узнать содержание этих заметок, должен читать самый текст их. В результате, споткнувшись на совершенно не интересных для него заметках, он бросает всю хронику и не получает от газеты даже тех сообщений, которые непосредственно затрагивают его интересы. В самом деле, что говорит даже москвичу этикетка „На московском трамвае“? О чем идет речь,—о том ли, что будет увеличено количество моторных вагонов, или о том, что

заказаны новые вагоны, или о повышении зарплаты вагоновожатым? Все эти сообщения совершенно свободно укладываются под этикеткой „На московском трамвае“ и для значительного количества читателей могут оказаться совершенно неинтересными. Читатель этикеткой не заинтересован, заметку не прочитал. Оказывается же, что под этой этикеткой значилось сообщение о прекращении движения трамваев по ряду линий. Результат очень печальный: читатель по небрежности редакции, по ее неумению лишен был необходимого для него сведения, опоздал на работу и т. д.

Конечно, приведенный пример—мелок, но вот и более крупные примеры того, как неудовлетворительно поставлено дело построения заголовков в наших газетах.

Мы для опыта пользовались центральными газетами—„Правдой“, как руководящей партийной газетой, „Известиями“, как руководящим официозным органом правительства, „Трудом“—руководящим профсоюзным органом, „Комсомольской Правдой“—массовой газетой молодежи, „Беднотой“—крестьянской газетой и двумя рабочими—„Рабочей Газетой“ и „Рабочей Москвой“.

Все перечисленные газеты за данное число (5 февраля 1927 года) вышли с подробными заголовками, посвященными событиям в Китае и антисоветскому настроению английских консерваторов.

„Правда“ писала:

НЕКОТОРЫЕ КОНСЕРВАТИВНЫЕ КРУГИ СТАРАЮТСЯ СВАЛИТЬ СОБСТВЕННУЮ ОШИБКУ НА СССР.
ЗАЯВЛЕНИЕ ЗАМНАРКОМИНДЕЛА тов. М. М. ЛИТВИНОВА.

„Известия“ отделили заявление тов. Литвинова от всей информации о китайских событиях и антисоветской кампании, дав первое в официальной форме под заголовком:

и объединив телеграфную информацию по тому же вопросу, который послужил темой для заявления НКИД под следующим заголовком с „шапкой“:

НОВЫЕ ПОПЫТКИ ОСЛОЖНЕНИЯ АНГЛО-СОВЕТСКИХ ОТНОШЕНИЙ.

Распространение ложных слухов рассчитано на отвлечение общественного внимания от событий в Китае.—Бестактное выступление министра внутренних дел.—Заявление политического секретаря независимой рабочей партии.

„Комсомольская Правда“ также выделила из общей информации заявление т. Литвинова под заголовком:

ИНТЕРВЕНЦИЯ НИ К ЧЕМУ НЕ ПРИВЕДЕТ.

Заявление зам. наркоминдела тов. М. М. Литвинова представителям прессы.

Общая же информация озаглавлена:

НЕУДАЧИ ПРОВОКАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ В КИТАЕ ВЫЗВАЛИ СРЕДИ АНГЛИЙСКИХ ИМПЕРИАЛИСТОВ ТРАВЛЮ СССР. АНГЛИЯ ПОСЫЛАЕТ ОРУЖИЕ ЧЖАН-ЦЗО-ЛИНУ.

„Труд“ разбивает всю информацию на две части: сначала—антисоветская кампания:

КАМПАНИЯ ТВЕРДОЛОБЫХ ЗА РАЗРЫВ С СССР.
СЛУХИ О РАСТОРЖЕНИИ АНГЛО-СОВЕТСКОГО ДОГОВОРА.
АНГЛИЙСКИЙ КАБИНЕТ ОБСУЖДАЕТ ВОПРОС О «ПОСТОРОННЕМ ВМЕШАТЕЛЬСТВЕ В КИТАЙСКИЙ ВОПРОС».

Затем события в Китае:

ОБРАЩЕНИЕ К ПРОФСОЮЗАМ И РАБОЧЕЙ ПАРТИИ АНГЛИИ.
ОТВЕТ НАЦИОНАЛЬНОГО СОВЕТА.
КОМПАРТИЯ ТРЕБУЕТ ПРЯМОГО ДЕЙСТВИЯ ПРОТИВ ВОЙНЫ.

„Беднота“ сообщает:

СВОЮ РАЗБОЙНИЧЬЮ ПОЛИТИКУ В КИТАЕ АНГЛИЯ СТРЕМИТСЯ ПРИКРЫТЬ БЕШЕНЫМИ НАПАДКАМИ НА СССР.
ЧАСТЬ АНГЛИЙСКИХ МИНИСТРОВ НАСТАИВАЕТ НА РАЗРЫВЕ СНОШЕНИЙ С СССР.
АНГЛИЙСКИЕ СОГЛАШАТЕЛИ ПОДДЕРЖИВАЮТ ПЛАНЫ ПРАВИТЕЛЬСТВА В КИТАЕ.

„Рабочая Москва“ озаглавила так:

АНГЛИЙСКОЕ ПРАВИТЕЛЬСТВО ГОТОВИТ РАЗРЫВ С СССР.
ЭТИМ ХОТЯТ ОТВЛЕЧЬ ВНИМАНИЕ ВСЕГО МИРА ОТ ВОЙНЫ В КИТАЕ.
ПЕРЕГОВОРЫ С КАНТОНОМ – МАНЕВР ДЛЯ ВЫИГРЫША ВРЕМЕНИ.

И, наконец, „Рабочая Газета“:

КЛЕВЕТНИЧЕСКАЯ КАМПАНИЯ ПРОТИВ СССР.
АНГЛИЯ СТАРАЕТСЯ ПРИКРЫТЬ ПОДГОТОВКУ К БОРЬБЕ ПРОТИВ РЕВОЛЮЦИОННОГО КИТАЯ.
АНГЛИЙСКИЕ РАБОЧИЕ, КАК ОДИН ЧЕЛОВЕК, ДОЛЖНЫ ПОДНЯТЬСЯ ПРОТИВ ЭТОЙ ПОЛИТИКИ.

Анализ приведенных заголовков показывает чрезвычайную бедность содержания. Так, заголовок „Правды“, с точки зрения удовлетворения любознательности читателя, страдает весьма существенными недостатками, а именно: во-первых, о консервативных кругах какой страны идет речь?! во-вторых, о какой именно ошибке говорится?! Ответ на оба эти вопроса читатель может найти только в тексте сообщений, помещенных под этим заголовком. Мало этого,—под заголовком объединена вся информация о событиях в Китае и антисоветской кампании английских консерваторов,—а что дает по этим двум вопросам заголовок? Ничего.

Еще слабее, с этой точки зрения, заголовок „Известий". Лишенный глагола, лишенный действенности, он сам по себе рассчитан лишь на такого читателя, который уже прочитал телеграммы. Но в таком случае зачем он нужен?.. Что это за форма, что за фраза—„Новые попытки осложнения англо-советских отношений"? Здесь безличность предложения доведена до редкой высоты: если заголовок понимать буквально, следует его расшифровать так, как будто „осложнение" делает какие-то „попытки", да еще „новые". Первая фраза „шапки", как, впрочем, и вся „шапка" вообще от слова до слова—туманна и для читателя загадочна. Какое распространение?! Слухов—о чем?! Что за выступление министра внутренних дел?! Что содержит в себе заявление секретаря рабочей партии?! Все эти вопросы вообще заголовком и шапкой только заданы читателю, которому и предлагается этот ребус разрешить путем прочтения всей информации.

Несколько лучше к делу подошла „Комсомольская Правда": первая часть заголовка дает представление читателю об общем содержании информации. Конечно, заголовок был бы значительно лучше, если бы вторая фраза его была перестроена в большем соответствии с русским языком,—все же весь заголовок в целом понятен. Но вторая его часть, никак и никаким образом не увязанная с первой, уже хуже—отсутствием этой увязки, во-первых, и, во-вторых, тем, что она рассчитана на весьма подготовленного читателя, который должен знать, что такое представляет собою Чжан-Цзо-Лин, почему посылка ему Англией оружия—характерный факт для той „провокационной политики", которая терпит „неудачи" и порождает травлю СССР.

Ту же ошибку делает в своем заголовке „Труд". Первая фраза—„Кампания твердолобых за разрыв

с СССР“ — вообще не характеризует той информации, которая под этим заголовком помещена, во-первых. Во-вторых, читатель вовсе не обязан знать, кто такие твердолобые. В-третьих, отсутствие глагола в фразе лишает ее всякой выразительности: в самом деле, что случилось, что произошло, — началась „кампания“, кончилась, продолжается, успешно идет, безуспешно?!. Из заголовка ничего не видно, ничего неизвестно. Не лучше и вторая часть заголовка — „слухи о расторжении англо-советского договора“. Кто эти слухи распространяет и какие именно?! Расторгнут ли уже договор или его собираются расторгнуть?! Кто именно собирается?! Может быть, советское правительство?! Читатель недоумевает и должен прочитать информацию для того, чтобы понять заголовок. Наконец, третья часть заголовка — английский кабинет обсуждает вопрос о „постороннем вмешательстве в китайский вопрос“ — сама по себе не плоха, во всяком случае, лучше первых двух: кавычки, в которые взята „повестка дня“ английского кабинета, весьма уместны, ибо дают читателю представление о том, что „постороннее вмешательство“ — вымышленное, что речь идет о попытке приписать это „вмешательство“ нашему Союзу и т. д. Но едва ли можно признать технически правильным повторение слова „вопрос“: обсуждать вопрос о вмешательстве в вопрос — звучит неважно и заставляет читателя спотыкаться. Заголовки „Труда“ о китайских событиях просто плохи, так как представляют для читателя сплошной ребус, лишены глагола и всякой выразительности в первых двух строках, а в третьей — соответствия с информацией: „компартия требует прямого действия против войны“ — относится, видимо, к той искаженной телеграмме, в которой говорится следующее:

„ЦК английской компартии опубликовал воззвание, в котором призывают (?!) к прямому действию с тем, чтобы заставить лидеров порвать союз с Болдуином“.

Но и это не основание для сочинения подобного заголовка.

Лучше других к решению заголовочной задачи подошла „Беднота“. Заголовок „Бедноты“ дает читателю общее содержание информации, объясняет происхождение нападок на СССР, указывает на то, что не весь кабинет министров Англии за разрыв дипломатических и торговых сношений с СССР, — словом, облегчает читателю задачу ознакомления с информацией. Несколько слабовата последняя часть заголовка,—„английские соглашатели поддерживают планы правительства в Китае“, — слабовата потому, что в данном построении мысль автора заголовка, а равно и содержание информации по этому вопросу неверно переданы: у читателя, да еще деревенского, может создаться впечатление, будто английские соглашатели сидят в Китае и там поддерживают планы правительства или же будто английские соглашатели поддерживают планы китайского правительства, не говоря уже о том, что „планы“ вообще „поддерживать“ нельзя, — дополнение сказуемому не соответствует ни в какой мере: очевидно, соглашатели поддерживают не планы, а правительство,— но так и надо было сказать.

Заголовок „Рабочей Москвы“ страдает неоправданной сенсационностью, во-первых, несогласованностью сказуемого с подлежащим, во-вторых, и загадочностью последней части, в-третьих. В самом деле, правда ли, что „английское правительство готовит разрыв с СССР“? Нет, неверно: телеграммы говорят о том, что часть

министров настаивает на этом разрыве. Дальше, — почему „английское правительство... хотят отвлечь"?! И, наконец, какие переговоры с Кантоном?! О чем?! Кто их ведет?! Тайна сия для читателя тем более велика, что из телеграмм он узнает о разрыве переговоров.

„Рабочая Газета" в деле построения заголовков так же мало считается с читателем, как и все другие газеты. Рассматриваемая информация подносится читателю под общим заголовком — „Клеветническая кампания против СССР". В заголовке нет сказуемого, нет ничего, что делало бы для читателя ясным смысл этого сообщения, не связанного к тому же и со второй частью заголовка: „Англия старается прикрыть подготовку к борьбе против революционного Китая". Чем старается прикрыть?! Если „клеветнической кампанией против СССР", то не проще ли и не яснее ли было бы именно так и построить заголовок, т.-е. „Клеветнической кампанией против СССР Англия старается прикрыть подготовку к борьбе" и т. д., иными словами, построить заголовок так, как его построила „Беднота". Третья часть заголовка „Рабочей Газеты", грамматически, при помощи слова „этой", связанная со второй частью, очевидно, отрывается от первой, причем логически не имеет никакого смысла или же, по крайней мере, смысла, до которого легко добраться. В самом деле, вторая часть говорит о том, что Англия старается что-то прикрыть, — в данном случае „подготовку к борьбе против революционного Китая", — третья же часть сообщает, что „английские рабочие как один человек должны подняться против этой политики". Против какой?! Против политики „прикрытия"? Неверно!! Против „борьбы"?! Сказано как раз не это: речь идет о том, что политика Англии заключается в маскировке нападения на Китай. Следовательно, заголовок „Рабочей Газеты" может дать

читателю мысль о том, что рабочие Англии должны стоять за открытое нападение на Китай, — против нападения замаскированного, т.-е. будто рабочие Англии считают нападение на Китай правым делом, маскировка которого вредна и ненужна. Так, благодаря небрежности в деле постройки заголовков, получается полная и политическая, и логическая нелепица. Мы уже не говорим о том, что три раза под ряд „против“ — это уже... противно всем правилам стилистики.

Что касается информации о явлениях, событиях и вещах, близких массовому читателю, то она озаглавливается еще слабее и серее, чем информация о событиях международных. Например:

СОВЕЩАНИЕ ПО СНИЖЕНИЮ РОЗНИЧНЫХ ЦЕН.
БЛИЖАЙШИЕ ЗАДАЧИ ЖИЛИЩНОЙ КООПЕРАЦИИ.
ВЫПУСК ГОСУДАРСТВЕННОГО 10% ЗАЙМА.
ИТОГИ ПЕРЕЗАКЛЮЧЕНИЯ КОЛДОГОВОРОВ.
ВОПРОСЫ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА.

Такими этикетками снабжает свои заметки „Правда“. Ясно, что без прочтения самих заметок читатель из одного этого перечня никоим образом не в состоянии понять, о чем его информирует газета? В тех же крайне редких случаях, когда газета стремится уточнить заголовок, охватить им содержание информации, дело иногда доходит до курьезов:

ДВА СЪЕЗДА.

Успех антирелигиозного движения. Духовенство встревожено. Священнослужителям предписано изучать Карла Маркса.

Судя по такому заголовку, тревога духовенства вполне оправдана: в самом деле, как не встревожиться, если для успеха антирелигиозного движения священно-

служителям предписано изучать Карла Маркса!!! И читатель может подумать, что где-то в провинции какое-то головотяпствующее „начальство“ в своем антирелигиозном рвении дошло до того, что решило съагитировать священников и приказало им изучить Карла Маркса.

Эта же телеграмма в „Известиях“ снабжена не более вразумительным заголовком:

ТУЛЬСКИЕ СЪЕЗДЫ БЕЗБОЖНИКОВ И ДУХОВЕНСТВА.

Рост антирелигиозного движения.—Обязательное изучение Карла Маркса для священнослужителей.—Чтение фельетонов с амвона.

Здесь, в изложении „Известий“, дело оказывается обстоит еще хуже: приказано изучать Маркса, приказано читать с амвона фельетоны, причем все это, вместе взятое, объявляется „ростом антирелигиозного движения“! Конечно, сама информация для подобного рода „сенсационного“ заголовка не давала никаких оснований, и читатель, ознакомившийся с телеграммой, узнал, что изучение Карла Маркса для священнослужителей — мера, изобретенная самим духовенством, что чтение фельетонов с амвона — не „рост антирелигиозного движения“, а ухищрение духовенства в борьбе с этим движением.

Подобного рода невнимательность к читателю и небрежность в деле построения заголовков, к сожалению, не являются „преимуществом“ руководящих газет — „Правды“ и „Известий“. Ни „Рабочая Газета“, ни „Рабочая Москва“, ни „Комсомольская Правда“, ни „Беднота“ не могут похвалиться заголовками, которые облегчали бы труд читателя, привлекали бы его внимание к материалу, заставляли бы этот материал читать.

Какое содержание скрывается под такими туманными заголовками:

ОТ ВОРОТ И ПО ЗНАКОМСТВУ.
КЛАССИКИ В ПОЧЕТЕ.
СТРОЯТ НОВЬ.
КТО НАСЕЛЯЕТ СИБИРЬ.
МАШИНЫ ИЗ ХЛАМА.
КООПЕРАТИВЫ ПЛЕТУТСЯ В ХВОСТЕ.

Для того, чтобы ответить на этот вопрос, читатели „Комсомольской Правды“ должны внимательно изучить самый текст сообщений и потом лишь догадываться о тех заданиях, которые поставила перед собою редакция, давая подобные заголовки.

„Рабочая Газета“ извещает читателя:

5-й ПЛЕНУМ ЦКК.
НОВЫЙ КОЛДОГОВОР С ДОНУГЛЕМ.
ДЕЛЕГАЦИЯ КУЗНЕЦКИХ ШАХТЕРОВ В ДОНБАССЕ.
СОЕДИНЕНИЕ БЕЛОГО МОРЯ С КАСПИЙСКИМ.
КАТАСТРОФА В КОХМЕ.

Опять та же картина: безглагольные, бессодержательные заголовки, даже не интригующие читателя, не отвечающие ни на один из его вопросов, мертвые, типичные бюрократические отписки от читателя. „Рабочая Москва“ бюрократизацию заголовков проводит еще глубже; не ограничиваясь одним безглагольным этикетного типа заголовком, газета снабжает свои заметки не более убедительными подзаголовками, видимо, полагая, что с подзаголовком заметки выглядят красивее и для читателя привлекательнее:

ЗАЕМ 1927 ГОДА.

Выпуск государственного 10% выигрышного займа.

СОЕДИНЕНИЕ БЕЛОГО МОРЯ С КАСПИЙСКИМ.

Постройка Лаче-Кубенского канала.

ГОДОВЩИНА КРАСНОЙ АРМИИ — ДЕМОНСТРАЦИЯ БОЕВОЙ МОЩИ СССР.

Московский комсомол—к десятилетию Красной армии.

Не говоря уже о том, что в последнем подзаголовке допущена еще и „досадная опечатка“ — речь идет о девятой годовщине, — все эти подзаголовки абсолютно ничем не помогают заголовкам. В самом деле, читателю интересно знать из заголовка, стоит ли читать заметку о новом займе, ибо сам по себе „Заем 1927 года“ не может увлечь на это прочтение. Чтобы разъяснить читателю смысл заметки, редакция сообщает дополнительно: „Выпуск государственного 10-процентного выигрышного займа“. Убедительно ли это?! То же самое и с соединением морей, и с годовщиной Красной армии.

Общая беда всех безглагольных заголовков заключается в том, что они не отвечают ни на один из естественных читательских вопросов, кроме вопроса „что“? Ни „соединение Белого моря с Каспийским“, ни дополнительная „Постройка Лаче-Кубенского канала“ все же не разъясняют читателям существа заметки, так как это соединение может быть предположено, намечено, начато, закончено, признано неосуществимым и т. д., не говоря уже о том, что термин „постройка“ едва ли приложим к каналу.

Еще резче сказываются недостатки в таком заголовке, как „Катастрофа в Кохме“: можно с уверенностью сказать, что подавляющее большинство читателей „Рабочей Газеты“ не имеет ни малейшего представления о местонахождении Кохмы, а потому и не заинтересуется заметкой о катастрофе в неведомом месте.

Более приемлемы заголовки „Бедноты“:

ПОВОЛЖЬЮ УГРОЖАЕТ СИЛЬНОЕ ПОЛОВОДЬЕ.
ТРАНСПОРТ ГОТОВИТСЯ К ВЕСЕННЕМУ ПАВОДКУ.
ПЕРЕИЗБРАНО 3828 СОВЕТОВ.

Крестьянство активно участвует в выборах.

В самом деле, что понятнее для читателя — „Итоги перевыборов“ или заголовок „Бедноты“ об этих итогах?!

Американцы, доведшие искусство заголовка до высшего предела, которым для них по внешности является прежде всего стандарт, пытаются объявить „новый“ заголовок, привлекающий внимание читателя и дающий ему сразу же содержание всей заметки или телеграммы,— изобретением чисто американским и притом берущим свое начало в условиях американской жизни в эпоху гражданской войны между южными и северными штатами. Подобное утверждение американских журналистов верно лишь отчасти: новый заголовок, являющийся не только этикеткой, но преследующий и иные цели, заголовок действенный, дающий представление читателю о содержании всей заметки и зачастую освобождающий читателя от необходимости читать всю заметку, появился в результате завоевания газетой массового читателя.

Ставка на расширение читательского круга, ставка на неподготовленного читателя привела газеты к новому заголовку: к заголовку глагольному, действенному, рекламному, интригующему. Однако между американскими заголовками и заголовками европейских, в том числе и дореволюционных русских желтых газет, легко установить значительную разницу: в то время, как европейский заголовок является главным образом интригующей рекламой заметки и приглашает читателя прочитать ее, т.-е. дает лишь намек на содержание за-

метки, заголовок американской газеты рассчитан на читателя, которому некогда читать всю газету, которому надо дать исчерпывающие сведения в самой краткой и интересной, легко читаемой и схватываемой форме; поэтому рекламность заголовка американских газет привлекает внимание читателя не к заметке, а именно к самому заголову,—он громок, трескуч, ярок, но не преувеличивает события, а лишь дает точное и исчерпывающее его содержание. Вместе с тем во многих европейских газетах на ряду с новым заголовком оставлен и старый этикетный, указывающий читателю на отдел, в котором суммируются те или иные сведения, новости и известия.

Таково общее положение вопроса с заголовками. Какая же система должна быть принята советской прессой?

При решении этой задачи надо исходить из интересов и особенностей нашего читателя. В противовес всем буржуазным газетам, наша пресса рассчитана исключительно на массового и притом в среднем неквалифицированного читателя. Если у американского читателя нет времени прочитать газету потому, что его время занято другими делами, то у нашего читателя сплошь и рядом нет времени на это потому, что непривычное для него дело—чтения газеты—требует слишком большой затраты времени,—чтобы крестьянину прочитать целиком одну из наших центральных газет, ему нужно на это употребить не один день, причем подобное „изучение“ газетных полос зачастую покажет ему, что он убил совершенно напрасно много времени на прочтение ряда вещей, сообщений и известий, абсолютно для него неинтересных и даже непонятных. Наш массовый читатель тонет в газетном море именно потому, что газеты наши не приспособлены к нему, мало

о нем заботятся,—их до сих пор делают так, как делались дореволюционные „большие“ газеты для дореволюционного же квалифицированного читателя, изучавшего газету после обеда и, отходя к послеобеденному сну, накрывавшегося той же газетой от мух и света.

Следовательно, в интересах нашего нового читателя, в целях облегчения ему трудностей путешествия по газетным полосам, целесообразно принять американскую систему заголовка, т.-е. такую систему, которая давала бы возможность читателю очень быстро и легко ознакомиться со всеми крупнейшими новостями дня, со всем, что за день случилось, и вместе с тем внимательно читать, изучая до конца, статьи и заметки, телеграммы и сообщения о тех вопросах и фактах, которые его интересуют. Вместе с тем следует, конечно, вовлекать читателя в изучение и внимательное прочтение возможно большего числа заметок, а для этого, давая в заголовках исчерпывающее содержание помещенного под ним материала, в то же время самим заголовком увлекать читателя и на дальнейшее ознакомление с материалом.

I. ЧТО ДОЛЖЕН ДАВАТЬ ЗАГОЛОВОК?

Современный заголовок должен преследовать две совершенно определенные цели: дать краткое содержание известий и рекламировать их.

1. Содержание известий. Заголовок должен давать содержание всей заметки, концентрируя в нескольких словах всю ее суть путем отбора самых острых, выдающихся моментов описываемого факта или хода событий так, чтобы читатель сразу же, схватив глазом заголовок, мог ознакомиться с данной новостью. Заголовок должен давать сообщение настолько полное, чтобы

все содержание последнего было ясно читателю и без следующих в тексте подробностей. По форме своей он должен строиться так, чтобы подлежащие выделению факты шли в последовательном порядке, в порядке убывающего интереса, т.-е. в первой строке — наиболее характерный, наиболее существенный для данной заметки факт, во второй — менее важный и т. д. Каждая последующая строка заголовка должна давать ту или иную подробность сообщенного в начале факта, поскольку без нее основной факт окажется тусклым, недостаточно освещенным. Заголовок, построенный таким образом, даст возможность читателю сразу ознакомиться с сущностью заметки и избавит его от труда читать ее, поскольку эта сущность читателя не интересует.

2. Реклама известий. Рекламная задача заголовка разрешается в значительной мере его содержанием. Если заголовок достаточно содержателен и выдается по своей форме, он естественно ловит внимание читателя и побуждает его к прочтению всей заметки. Этикетка „На московском трамвае“ не может привлечь внимание массового читателя, но заголовок „Прекращается движение трамвая по Арбату“ уже влечет читателя, заинтересовывает его и заставляет прочитать заметку. Кроме того, правильно составленный и поданный заголовок привлекает внимание читателя к самому номеру газеты, увеличивает круг потребителей газеты, поднимает ее розницу.

II. КАК ЗАГОЛОВОК ДОСТИГАЕТ СВОЕЙ ЦЕЛИ?

Для того, чтобы давать содержание и одновременно рекламировать известия, заголовок должен отвечать следующим требованиям:

1. Содержание. Заголовок должен суммировать сущность заметки и подавать экстракт ее содержания.

2. Вступление заголовка. В первой же строке заголовок должен излагать все вступление заметки, т.-е. давать краткое скелетное содержание того факта, который создает всю информационную ценность заметки. Поскольку все внимание читателя сосредоточивается на верхней строчке заголовка, она должна быть наиболее интересной. Если весь интерес заметки по существу концентрируется в одном слове или одном предложении, это слово или это предложение обязательно должны фигурировать в первой строке заголовка.

3. Глагол в каждой фразе. Первая фраза заголовка обязательно — а желательно и все последующие — должна содержать глагол в изъявительном наклонении: заголовок должен быть действенным, — действие же ясно может быть выражено только глаголом.

4. Исчерпывающее сообщение. Заголовок должен давать исчерпывающую конкретную информацию, без общих мест и не дающих никаких сведений фраз.

5. Броскость. Заголовок должен быть броским, т.-е. таким, который может быть схвачен и усвоен с одного взгляда. Если читателю приходится вчитываться в заголовок, чтобы понять его содержание, значение заголовка делается ничтожным.

6. Полнота. Заголовок сам по себе должен представлять полную и ясную информацию: по одному заголовку читатель должен иметь возможность ознакомиться с сутью заметки. Заголовок интригующий, заманивающий читателя на прочтение заметки, но не дающий и представления о ее содержании, для газеты следует признать абсолютно непригодным, ибо он читателя не облегчает, а затрудняет. Нельзя от читателя требо-

вать поисков решения ребусов в содержании газеты, т.-е. недопустимо, чтобы читателю приходилось изучить заметку, а потом уже понять смысл заголовка.

III. ВНЕШНОСТЬ ЗАГОЛОВКА.

В наших газетах заголовки изредка встречаются лишь на первой полосе и обычно только над иностранной информацией, причем, будучи по содержанию чрезвычайно далеки от настоящего газетного заголовка, по форме своей являют все разновидности неожиданного и мало внутренне обоснованного творчества в лучшем случае выпускающего, а в большинстве случаев — метранпажа или даже просто наборщика. В этом отношении нам в пример даже нельзя ставить Америку, где искусство заголовка развилось до возможности стандартизации его, где все возможные комбинации заголовков установлены и уточнены, где в типографиях висят образцы заголовков под номерами, так что обработчику следует лишь написать самый заголовок и поставить соответствующий номер, чтобы в наборной дали именно то расположение строк и именно тем шрифтом, какие требует обработчик.

Американский заголовок представляет собою обычно многоэтажную комбинацию из определенных строк, называемых в Америке поперечной, падающей, пирамидальной или висячей. Все эти разновидности строк встречаются и у нас, не нося, впрочем, специального названия.

П о п е р е ч н а я с т р о к а, как показывает самое ее название, вытягивается поперек всего текста, над которым она стоит, и примыкает вплотную к линейкам столбцов. Поскольку конец заголовка, состоящего из поперечных строк, может оказаться меньше целой

строки, он ставится посредине текста в зависимости от количества занимаемых последним столбцов:

ННННННН НННН ННННН НННН ННННН
. Н НННННННН НННННННННННН НН

Падающая строка представляет собою видоизменение строки поперечной. Заголовок, состоящий из нескольких падающих строк, идет уступом или „лестницей", как обычно называют его метранпажи, т.-е. первая строка заголовка, начинаясь без втяжки, вплотную к линейке левого столбца, кончается на некотором расстоянии от второй линейки; вторая строка начинается со втяжки и, если имеется и третья, то кончается хотя и ближе к линейке, чем первая, но все же с некоторым отступом, т.-е. ставится посредине; третья строка начинается с еще большей втяжки и кончается вплотную к линейке:

ННН НННН НННН ННН ННН
НННН ННН НННН ННН ННН
НННН ННН НННН ННН ННН
ННН НННН ННН ННН НННН

Пирамидальная строка в заголовке представляет собою по форме опрокинутую пирамиду, т.-е. при полной первой строке все последующие короче предъидущих и ставятся посредине текста:

НННН ННН НННН ННН НННН ННН НННН
НННН ННН НННН ННН НННН НННН
ННН НННН ННН НННН ННННН
ННННН НННННННН НННН

Висячая строка начинается с полной строки, последующие же строки набираются со втяжки:

ННННН ННННН ННННН ННННН НННН НН
ННННННН НННННН ННННН НННННН
ННННННН НННННН ННННН НННННН
ННН НННННН НННННН НННН НННН

Заголовок, удовлетворяющий основным требованиям, т.-е. передающий сущность заметки и привлекающий к ней внимание читателя, не может уложиться не только в одну строку, но и в один этаж, если под этажом понимать ту или иную из описанных комбинаций строк: первая фраза, дающая всю суть заметки, образует верхний этаж заголовка, вторая, дающая основные подробности, располагается следующим этажом и т. д. до четырех этажей включительно. Вместе с тем заголовок, представляющий собою экстракт из сути заметки, отнюдь не должен быть многословным,—следовательно каждый его этаж не должен превышать двух-трех строк.

Все заголовки подразделяются на собственно заголовки и так называемые подзаголовки, помещаемые в тексте заметки. Собственно заголовок, чтобы быть исчерпывающим и броским, нормально должен занимать три-четыре этажа, причем практика американских газет показывает, что наиболее бросающимся в глаза является построение заголовка такое, при котором выделены шрифтом первый и третий этажи, причем первый носит форму падающего („лестницы"), третий—поперечного, а второй и четвертый—пирамиды или висячего заголовка. При трехъэтажном заголовке указанная форма сохраняется, т.-е. опускается четвертый этаж, и заголовок кончается поперечными строками.

Шрифты для заголовков. Вопрос о подборе шрифтов для заголовков при решении своем упирается с одной стороны в отсутствие каких бы то ни было практических навыков в этом отношении, а с другой—

Section 8 | SPORTS

The New York Times.

SUNDAY, FEBRUARY 20, 1927.

SPORTS | Section 9

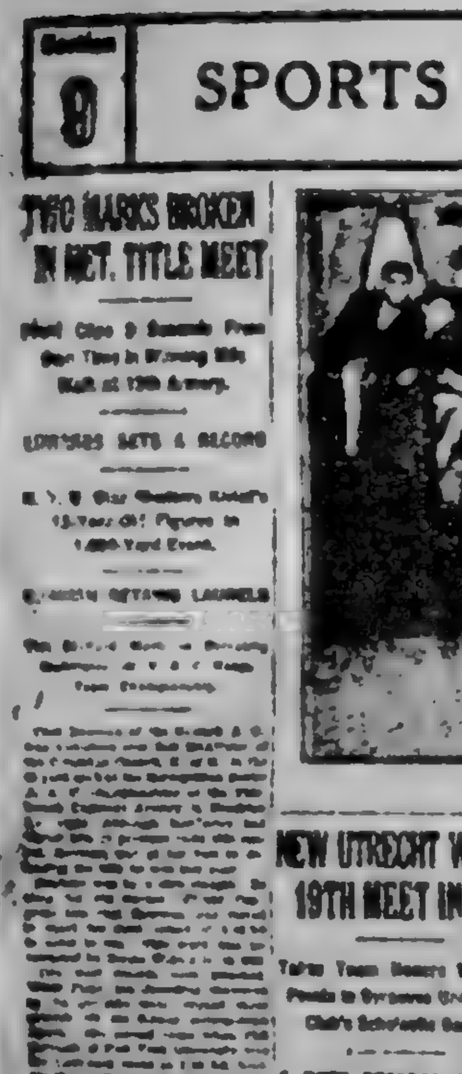


TWO MARKS BROKEN IN MET. TITLE MEET

NAVY FIVE VICTOR OVER ARMY, 32-25

Gets Three Points at Start, but Is Overtaken After Seven Minutes of Play

THEN LEADS AT HALF, 17-16



Start of a Heat in the 600-Yard Novice Race at Syracuse Club's Scholastic Meet in Brooklyn Yesterday

NEW UTRECHT WINS 19TH MEET IN ROW

Takes Team Honors With 36 Points in Syracuse University Club's Scholastic Games.

6 MEET RECORDS BROKEN

FLY HAWK TRIUMPHS IN DAYTONA STAKES

Takes $10,000 Race From Dunpe by a Length on Muddy Miami Track.

PAYS $14.80 IN MUTUELS

Miss Hollins Loses to Mrs. Jones, 4 and 3, In Coast Golf Final, Rivals Tie for Medal

HARVARD BEATS YALE ON BOSTON RINK, 6-2

COLUMBIA RALLIES TO DEFEAT HARVARD

CAPABLANCA HELD TO DRAW AT CHESS

TWO GAMES ARE ADJOURNED

MORTIMER RALLIES TO DEFEAT COULTER

Recovers From Rival's Lead in Fifth Game to Win in National Amateur 3-Cushion Event.

PELL GAINS SEMI-FINALS

в типографскую технику, главным образом в развитие линотипов. Как уже было сказано, наши газеты пользуются подобием заголовков и отступают от обычных для них этикеток только для внешней информации и притом исключительно на первой полосе. Внимательное исследование этих заголовков показывает, что появление их объясняется попыткой заимствовать не суть, а только рекламную внешность современного заголовка: первая полоса благодаря заголовкам перестает быть серой простыней и привлекает глаз читателя. Для простейшего решения этой чисто рекламной части задачи наши газеты пользуются обычно заголовками в три, четыре и более колонок, в зависимости от формата газеты. При таком неограниченном пространстве для помещения заголовка создается неограниченный простор в выборе шрифтов для него. Однако, этот неограниченный простор никем не используется: обычно применяют тот шрифт, который у наборщика под рукой.

Однако, даже малоопытный газетный работник сразу заметит, что при переходе на правильные заголовки жирные шрифты оказываются едва ли пригодными для наших газет—они занимают слишком много места. Практически наиболее выгодными являются узкие шрифты вроде гротеска, узкого герольда, готика и т. п. Кроме редакционных соображений, т.-е. возможности экономить на заголовках место, за эти узкие шрифты, главным образом, за гротеск говорит и техническое развитие типографского дела: новые четырехмагазинные линотипы снабжены титульными шрифтами до 42 пунктов, причем эти шрифты по рисунку литер чрезвычайно близки именно к гротеску. Латинский и ему подобные книжные шрифты вообще редко встречаются в газетной типографии, так как их назначение—возглавлять собою однотипный шрифт текста, а не выделять его.

По размеру своему шрифты для заголовков колеблются от 48 пунктов („большой канон“, квадрат) до прописного корпуса—10 пунктов, причем обычно применяется для основного заголовка 36 пунктов со снижением во втором и четвертом этажах до терции или даже цицеро и в третьем—до 20 пунктов. Подзаголовки обычно даются или прописным черным шрифтом текста, или же строчным, на два пункта крупнее основного шрифта, но во всяком случае не превышает цицеро (12 пунктов).

Указанные для основного заголовка шрифты — гротеск, герольд и др., конечно, являются для заголовков только основными, т.-е. желательны для заголовков крупных или для первого и третьего этажей. Но весь заголовок в целом отнюдь не должен строиться из одного шрифта—это не улучшит его внешность, а ухудшит его. Поэтому для второго и четвертого этажей, а иногда и для третьего, в зависимости от количества слов в нем, полезно применять и жирные или полужирные шрифты,—в противном случае заголовок окажется „слепым“.

IV. КАК СТРОИТЬ ЗАГОЛОВОК.

Заголовок надо строить на основании тщательного анализа заметки, разбора ее основных частей. Этот анализ должен выявить те элементы, из которых и будет состоять заголовок. Для начинающего составителя заголовков эта работа покажется чрезвычайно трудной сложной и отнимающей немало рабочего времени. Но сравнительно непродолжительная практика даст возможность строить заголовок сразу и почти без всяких изысканий,—тем инстинктом содержания новости, который в конце-концов прививается всякому обработчику.

Началами, определяющими систему заголовка и все его построение, для обработчика являются содержание

заметки и читатель ее, причем последний должен быть даже важнее первого. Заголовок должен удовлетворить две основных категории читателя:

1. Читатель, который не имеет возможности прочитать всю газету, т.-е. или занятый, спешащий читатель высококвалифицированного типа, не нуждающийся в том, чтобы газета его приводила к какому бы то ни было выводу по поводу того или иного факта, но желающий узнать все новости, помещенные в газете, или же читатель, благодаря своей низкой квалификации, не имеющий возможности прочитать всю газету и довольствующийся ознакомлением с новостями по заголовкам, — у нас эти обе категории читателей с точки зрения их отношения к газете почти сходятся и образуют одну: категория читателей, которая не читает или почти не читает длинных заметок. Для такого читателя обработчик должен дать в основных этажах заголовка крупным, бросающимся в глаза шрифтом короткие броские фразы, излагающие суть заметки, и в других этажах — второстепенные подробности подобно тому, как строится и сама заметка.

2. Вторая категория читателей пробегает заголовки лишь для того, чтобы прежде всего найти статьи и заметки по вопросам, которые их интересуют. Эта категория читает не заголовки, а самые заметки от строки до строки.

Обе эти категории читателей составляют весь контингент их, а потому всякий заголовок должен быть построен так, чтобы он был понятен как для читателя заголовков, так и для читателя всей газеты в целом.

На первый взгляд кажется, что для второй категории читателей заголовок дать значительно легче, чем для первой. Между тем практика показывает, что гораздо труднее привлечь внимание читателя к самой за-

метке и заставить его прочесть ее целиком, чем дать общее представление о ее содержании и важнейших подробностях. На самом деле оказывается, что заголовок не тогда побуждает читателя ознакомиться с заметкой, когда он сам не исчерпывает ее содержания („интригующие“ заголовки) и не останавливается на отдельных важных подробностях, а именно в том случае, если он сам по себе оказывается вполне исчерпывающим.

Однако, задача привлечения внимания читателя к самой заметке по существу не может быть разрешена без первой задачи—привлечения внимания читателя к заголовку, что достигается путем механического воздействия на зрение читателя—выделением основных этажей заголовка. Можно с уверенностью сказать, что всеми читателями и в первую очередь проглядывается первый (верхний) этаж, как самый четкий. Если выделить третий этаж, он так же бросится в глаза, как и первый. Но заметить—еще не значит прочитать. Поэтому оба эти основные этажа должны быть не только заметны, но и чрезвычайно легки для чтения.

V. ТЕХНИКА ЗАГОЛОВКА.

Самое построение заголовков подчиняется ряду технических правил, которые, отнюдь не являясь постоянными, неопровержимыми и совершенными, все же могут быть сведены в стройную систему, пополняемую и изменяемую практикой по мере продвижения ее вперед. Начинающий обработчик или вообще строитель заголовков гораздо легче справится со своей работой, если эту систему усвоит раньше, чем начнет вносить в нее какие-либо изменения и дополнения, тем более, что она далеко не сложна и схематически состоит из следующих положений:

1. Длина строк.

а) Подсчет букв.
б) Допустимые отступления.
в) Заголовок в рукописном виде.

2. Текст заголовка.

а) Заголовок и содержание заметки.

3. Взаимоотношение этажей.

а) Взаимоотношение по содержанию.
б) Грамматическая связь.

4. Глагол в заголовке.

5. Подбор слов.

а) Пять основных условий.
б) Повторение слов.
в) Прозвища и клички.
г) Аллегория.

6. Типографский язык в заголовке.

а) Пунктуация.
б) Сокращения.
в) Кавычки.
г) Цифры.
д) Переносы.

7. Выразительность заголовка.

а) Обобщения.
б) Трафарет.
в) Заголовки телеграмм и корреспонденций.
г) Анонимные заголовки.

8. Окраска заголовка.

а) Юмористический заголовок.
б) Сентенциозный заголовок.

1. Длина строк.

Как уже говорилось, практика наших газет в области заголовка сводится к тому, что редакционный работник

заголовок лишь пишет, а внешнее оформление заголовка обычно предоставляется типографии. Может быть это и не так плохо, как кажется с первого взгляда, ибо работники типографии частенько в этом отношении значительно грамотнее и опытнее работников редакционных. Однако подобное положение не может все же быть признано нормальным, поскольку явно ненормальной является типографская неграмотность журналистов. Само собой разумеется, что заголовок только в том случае будет выполнять свое назначение, если все его построение, а не только словесное выражение, будет делом рук редакционного работника, приспособляющего самую форму и весь внешний вид заголовка к общему содержанию заметки.

Первая задача, которую приходится решать при построении заголовка—это задача места: как бы ни был хорош заголовок, он может считаться пригодным только в том случае, если влезает в предназначенное для него место. Поэтому прежде всего следует учесть размер заголовка, а потом уже, в зависимости от размера, устанавливать содержание его. Интересы внешности требуют от заголовка, чтобы каждая его строка занимала все предоставленное ей место. Поэтому при строке в 3,75 квадрата ни в коем случае не годится заголовок, занимающий четыре квадрата,—он просто не влезет,—перенос же на цицеро, конечно, совершенно недопустим. Равно неподходяща и короткая строка, не заполняющая предназначенного ей места,—она нарушает симметрию и не привлекает, а отталкивает глаз читателя. Следовательно, первая задача обработчика или вообще редакционного работника, дающего заголовок,—точно учесть размеры строк заголовка в прямом соответствии с размерами газетных столбцов. Если эта задача не будет решена, вся работа по составлению заголовка практи-

чески сведется к затруднению наборщиков и порче внешнего вида газеты.

А. Подсчет букв. При стандартных шрифтах для заголовков подсчет знаков, необходимых для каждой строки заголовка, не представляет особых затруднений— каждый обработчик, имея в руках типографскую линейку и образцы шрифтов с указанием количества знаков, помещающихся на строке той или иной длины легко может вычислить количество букв, потребных для заполнения строки. Несколько сложнее эта работа в типографиях, оперирующих ручными шрифтами, часто занимаемыми в объявлениях,—для заголовков может просто не оказаться нужного шрифта, а замена его другим уже сводит к нулю все вычисления обработчика. Конечно, это затруднение легко устраняется бронировкой шрифтов для заголовков, которая практически необходима для каждой газеты.

Обработчик, прежде чем нанести текст заголовка на рукопись, должен составить проект его на отдельной бумажке и привести в точное согласование со шрифтом и типографскими возможностями, имея при этом в виду, что разбивка на шпации—уже поражение, если оно вызывается необходимостью, а не заранее обдуманным намерением.

Б. Допустимые отступления. Указанные выше правила построения заголовка главным образом применимы к поперечной строке, которая лишь в том случае оправдывает свое название и назначение, когда пробелы между линейками столбцов и строкой заголовка не превышают пробелов между отдельными буквами любого слова заголовков. Что же касается строки висячей, падающей и пирамидальной, то здесь обработчику предоставляется больший простор, требующий, однако, учета если не букв, то слов заголовка и их построения и подбора,

которые позволяли бы обходиться без переноса: дефис в конце любой строки, набранной крупным шрифтом, делает ее косой, однобокой.

В. Как писать заголовок. Для удобства подсчета букв или слов, для наглядности и самопроверки, обработчику следует писать заголовок именно в той форме, в какой он должен появиться в газете, и, кроме того, во избежание какой бы то ни было путаницы, требуемую форму заголовка обязательно на рукописи обозначать условными знаками:

Для поперечного:

ННННН НННН НННН НННН ННННН
НННН ННННН ННННН ННННН ННН
ННН НННН ННННН ННННН ННННН

Для падающего:

НННННН ННННННН ННННННН
ННННН ННННН ННННН НННН
НННННН НННННН ННННННН

Для пирамидального:

ННННН ННННН ННННН ННН НННН
ННННН ННННН НННН ННН
НННН НННН НННН

Для висячего:

ННННН НННННН НННН НННН ННН
НННН НННННН ННННН ННННН
НННННН ННННН ННННН НННН

При нанесении заголовка на рукопись обработчику следует усугубить аккуратность и придать своему почерку исключительную разборчивость, ибо обычно

заголовки на машинке не перепечатываются, а поступают в набор в рукописном виде.

2. Текст заголовка.

Общее правило, регулирующее текст заголовка, сводится к тому, что заголовок по своему содержанию должен целиком соответствовать вступлению заметки: все факты и события, указанные в заголовке, должны быть взяты из вступления и, наоборот, ни одного факта, не имеющегося во вступлении, не должно быть и в заголовке. Это правило основано на самой системе построения заметки, приспособленной не только к читателю, но и к верстке: никогда нельзя поручиться, что во время самого выпуска, во время верстки заметка сохранит свои первоначальные размеры и до читателя дойдет именно в том виде, в каком вышла из-под карандаша обработчика. Сокращение заметок в процессе верстки— не исключение, а общее правило, особенно заметок в тех отделах, в которых возможно появление свежей информации до позднего времени. Как уже указывалось в предыдущей главе, вступление должно строиться таким образом, чтобы даже самая жестокая резка заметки во время верстки не могла отразиться на полноте и ясности заметки. Следовательно, и работник, строящий заголовок, должен быть безусловно уверенным в том, что сделанный им заголовок при всяких обстоятельствах окажется исчерпывающим и понятным, какие бы уроны ни потерпела заметка. Если в процессе работы над заголовком обработчик убеждается в том, что на одном вступлении заголовок построить нельзя, — следует переделать вступление, ибо в таком случае ясно, что оно построено неправильно, недостаточно насыщено основными фактами и событиями, недостаточно полно передает всю заметку. Конечно, значительно легче надергать

для заголовка фактов из средины заметки, чем переделывать вступление, но самый легкий путь в делании газеты, по общему правилу, всегда является самым неверным. Каково положение читателя, который, узнав из заголовка о факте, при чтении самой заметки не находит и следов этого факта? Ведь для читателя техника верстки — почти „производственная тайна“, читатель не может и не должен догадываться о том, что упомянутые заголовком факты были в заметке, но вычеркнуты выпускающим или ночным редактором для того, чтобы дать место свежей информации.

Между прочим необходимо указать, что эта ошибка, т.-е. построение заголовка не по вступлению заметки, а по ее изложению, для наших газет обычна тем более, что наши заголовки вообще далеки даже от стремления быть квинт-эссенцией заметки. У многих редакционных работников до сих пор наблюдается стремление делать заголовок именно по последним, строкам заметки и, во всяком случае, по последнему ее абзацу. Что же касается заголовков над речами и докладами, то они почти все строятся не по существу речи или доклада, а по тем „метким“ или „крылатым“ словам, которые во время произнесения вызывали аплодисменты аудитории. И получается порой такая картина: репортер или референт ставит заголовки, построенные именно по этому ошибочному принципу, обработчик, забывая про заголовки и подзаголовки, выбрасывает именно эти „крылатые“ слова на том основании, что в отчете они теряют свою крылатость. Выпускающий во время верстки выбрасывает конечные абзацы из отдельных частей доклада, а многострадальный читатель недоумевает, — что же должен обозначать столь странный заголовок? Взаимоотношение между заголовком, вступлением и самой заметкой в образной форме рисуется следующим об-

разом: заголовок — тот гвоздик, на который вешается для читателя картина — вступление; самая же заметка по существу представляет собою ту раму, от которой картина выигрывает, или, как говорят американские журналисты, заголовок должен являться скелетом всей заметки, вступление облекает этот скелет в плоть и кровь, а самая заметка представляет собой уже одетый, обутый и подкрашенный портрет.

Первый этаж заголовка должен давать хребет всего скелета, т.-е. излагать тот факт, из-за которого напечатана вся заметка, иными словами, он должен передавать все действие, заключающееся в заметке, или же самый основной, центральный факт ее. Если заметка является до известной степени продолжением сообщенных вчера событий, первый этаж должен содержать в себе разъяснение этого характера заметки. Информационная, газетная ценность всякой заметки обычно заключается в одном простом предложении, порой даже в одном слове, в одном собственном имени. Вот этот-то ключ к информационной ценности обязательно должен фигурировать в первом этаже заголовка. Поэтому и обработчику следует в первую очередь найти то слово или предложение, которые ярче всего характеризуют заметку, на этом предложении построить первый этаж и дальше уже, исходя из этого же, строить весь заголовок.

3. Взаимоотношения этажей.

При многоэтажности заголовка громадную роль играет установление правильной смысловой или грамматической связи между отдельными этажами. Эту связь обработчик должен искать и устанавливать в первой же стадии построения заголовка, т.-е. вынося на отдельную

бумажку все строительные материалы будущего заголовка.

А. Смысловая связь между этажами. Каждый этаж заголовка строится для того, чтобы служить местом жительства одной определенной мысли, которую дополнительные этажи не должны содержать, ибо в таком случае они оказались бы не дополнительными, а просто ненужными, — каждый из этажей должен быть отдан самостоятельному сообщению, причем второй и четвертый, т.-е. этажи дополнительные, обычно являются разъяснением основных этажей — первого и третьего, реже — дополняют их рядом второстепенных деталей и фактов.

Например:

ГЕРМАНСКАЯ РАБОЧАЯ ДЕЛЕГАЦИЯ
ВЧЕРА ВЕЧЕРОМ ПРИБЫЛА В МОСКВУ.

БОЛЬШИНСТВО ДЕЛЕГАЦИИ СОСТОИТ
ИЗ БЕСПАРТИЙНЫХ РАБОЧИХ.

ДЕЛЕГАТЫ ВОЗМУЩЕНЫ КЛЕВЕТОЙ
СОЦИАЛ-ДЕМОКРАТИЧЕСКИХ ГАЗЕТ.

РАБОЧИЕ ГЕРМАНИИ СКОРО УЗНАЮТ
ВСЮ ПРАВДУ О ТОМ, КАК УСПЕШНО
РУССКИЕ РАБОЧИЕ СТРОЯТ СВОЕ
ПРОЛЕТАРСКОЕ ГОСУДАРСТВО.

В качестве общего правила многоэтажных заголовков следует указать, что дополнительные этажи—второй и четвертый—являются дополнением или разъяснением не последующих, а предыдущих.

Б. Грамматическая связь между этажами. Установление грамматической связи между этажами нужно в тех случаях, когда смысловая связь отсутствует, причем выражается эта связь в самых разнообразных

формах, главным же образом строится на общности подлежащего или сказуемого, причем в одном из этажей оно совсем опускается или же хотя и приводится, но в форме, требующей пояснения, которое и дается во втором этаже. Это относится главным образом к именам собственным и чрезвычайно важно для заголовков над иностранными телеграммами в массовых газетах, читатель которых не обязан и не может знать по фамилиям всех буржуазных государственных деятелей. Однако, если допустимо опущение подлежащего в одном этаже, подобного опущения в нескольких этажах следует всячески избегать, ибо безличные предложения чрезвычайно утомительны и мало убедительны.

4. Глаголы в заголовках.

В настоящее время, несмотря на то, что подлинное искусство заголовка находится у нас еще в зародыше, многие редакции поняли уже необходимость „действенных" заголовков, заголовков „актуальных", т.-е. содержащих в себе действие, глагол. Требование глагола в заголовке—вполне естественное требование массового читателя. Поскольку глагола нет, заголовок сам по себе непонятен, и читатель не может догадаться, что под ним таится. Когда он читает этикетку „Снижение розничных цен" он все-таки не знает, снижаются ли эти цены, или же в заметке речь идет о том, что их необходимо снизить. Если же он прочитает— „Розничные цены снижаются" —заметка его уже заинтересует, хотя бы весь заголовок состоял из одной этой строчки.

Здесь уместно будет также отметить, что стремление снабдить заголовок глаголом вовсе не следует доводить до злоупотребления глаголами. В русском

языке есть много вполне правильных и понятных для каждого читателя газеты предложений, в которых глагол подразумевается и вовсе не нуждается в том, чтобы его обязательно поставили. Но там, где без глагола получается предложение безличное или непонятное,— глагол должен быть вытащен наружу.

Что касается до спряжения глагола в заголовках, то здесь едва ли можно установить какие-либо непререкаемые правила,—общие указания для обработчика в этом отношении сводятся к тому, что следует пользоваться изъявительным наклонением, действительным залогом (поскольку это возможно) и отдавать предпочтение настоящему времени перед прошедшим, ибо настоящее время усиливает живость и подчеркивает своевременность заголовка тем более, что в наших газетах прошедшее время превратилось в трафарет, построенный на „приступил“: „Городкомхоз приступил к замощению окраин“, „Наркомпрос приступил к разработке программ“ и т. д. Повелительное наклонение в заголовке вообще нельзя приветствовать, так как по самому существу своему оно превращает заголовок в лозунг и отнимает у него содержание.

5. Выбор слов для заголовка.

Подобно тому, как команда является сокращенным до отказа приказом, который в свою очередь является экстрактом указаний, заголовок является сокращенным до отказа вступлением, которое представляет собою экстракт заметки. Следовательно, фраза, при помощи которой в заголовке выражается та или иная мысль, должна быть построена так, чтобы какое бы то ни было сокращение было явно немыслимым, причем экономия места в заголовках требует лаконизма не только в мысли

или фразе, но даже и в отдельных словах,—чем короче слова, из которых состоит заголовок, тем он выше по качеству. Самый шрифт заголовков предъявляет те же требования к словам: длинное слово вообще труднее для чтения, чем короткое, но слово, набранное крупным жирным шрифтом, еще больше затрудняет читателя.

Если же весь заголовок построен из длинных слов, если глаз не в состоянии отдохнуть на белых интервалах между словами, заголовок скорее оттолкнет читателя, чем привлечет его.

Таким образом, при строении заголовка неизбежен элемент литературного творчества в отношении подбора слов, затрудняемого еще и тем обстоятельством, что для каждой заметки эти слова должны быть настолько выразительны и специфичны, чтобы заголовок данной заметки никоим образом не смог оказаться применимым и к другой, хотя бы и аналогичной по содержанию. Поэтому в процессе построения заголовка обработчику следует прежде всего проверить, не подойдет ли заголовок к другой заметке. Если подходит хотя бы с натяжкой, он для данной заметки уже непригоден. Когда заголовок уже почти построен, т.-е. все его смысловое содержание нанесено на бумагу, обработчику следует попробовать заменить каждое слово несколькими его синонимами,—может быть, заголовок от какой-либо замены станет ударнее и выразительнее. Наконец, после этой проверки, следует попытаться все слова, состоящие из трех и более слогов, заменить двухсложными или даже односложными, и лишь в случае полнейшей безуспешности этой попытки можно остановиться на трехсложном слове.

Строителю заголовка следует пользоваться пятью основными правилами:

1. Избегайте слов, занимающих целую строку.

2. В многоэтажном заголовке избегайте многосложных слов.

3. Для выражения в заголовке какой бы то ни было мысли или идеи пользуйтесь не общими понятиями, а конкретными явлениями и предметами.

4. Употребляйте слова настолько конкретные и специфичные для данной заметки, чтобы построенный для одной заметки заголовок не мог быть употреблен для другой, хотя бы и общей с первой по теме.

5. Составьте для себя словарик синонимов, располагая их в порядке краткости, и пользуйтесь им при построении заголовков.

Повторение одного слова. Ничто так не уродует в глазах читателя заголовок, как частое или даже однократное повторение одного и того же слова. Подобного повторения нельзя допускать даже в различных этажах одного и того же заголовка, не говоря уже об одной и той же фразе. Само собой разумеется, что это правило не может распространяться на вспомогательный глагол, предлоги и союзы, но имена существительные, прилагательные, наречия и самостоятельные глаголы повторяться безусловно не должны даже и в том случае, если во избежание подобного повторения пришлось бы прибегнуть к более длинным словам, даже если это относится к собственным именам, которые заменимы лишь через объяснение в два-три слова. Для соблюдения этого правила неоценимую помощь окажет всякому обработчику словарик синонимов.

Прозвища. Против употребления прозвищ в заголовках общего возражения быть не может: очень часто прозвище гораздо четче характеризует лицо или явление, чем подлинное наименование. Но все же в отношении прозвищ некоторые рамки для обработчиков

поставить необходимо. Прежде всего прозвище лишь в том случае в заголовке допустимо, если оно общеизвестно или настолько ясно само по себе, что не может создать превратного толкования даже у самого неподготовленного читателя. В наших газетах прозвища легализированы лишь в заголовках над иностранными телеграммами, причем порой даются чрезвычайно удачно. Но наши строители заголовков в этой области зачастую впадают в крайность иного рода—они превращают прозвища, которые сами по себе оправданы лишь в том случае, когда они являются меткими словцами,—в клише, в трафарет. Эти трафареты вскоре отрываются от породившего их факта, но по инерции не сходят со столбцов газет, хотя уже теряют всякий смысл. Кроме того, довольно распространена и другая ошибка того же порядка: зачастую прозвище в заголовок попадает из той или иной статьи, даже из фельетона, причем работник, давший такой заголовок, почему-то уверен, что первоисточник прозвища каждому известен, что всякий читатель не только ознакомился с той статьей или фельетоном, из какого взят заголовок, но и запомнил его, обратив на меткие слова особое внимание. Конечно, по существу—это ошибочный подход к заголовку, ибо сплошь и рядом подобного рода прозвище не только не прилипнет к тому или иному лицу или явлению, но даже не дойдет до читателя, просто поставив его в недоумение перед мало-творческой фантазией обработчика или иного заголовщика.

Нельзя не признать ошибочным и такого рода прозвище, смысл и содержание которого раскрывается в том же заголовке, хотя бы и в предыдущем этаже: здесь налицо ошибка, заключающаяся в неумении экономить место. Поскольку прозвище не сокращает заголовок, а наоборот, удлиняет его, вызывая необхо-

димость даже целого дополнительного этажа, оно ничем не оправдано, ибо заголовок служит читателю не для того, чтобы он мог убедиться в остроумии и находчивости обработчика, а только для того, чтобы привлечь его внимание к заметке и дать кратчайшую вытяжку ее общего содержания.

Аллегорические заголовки. Аллегорические заголовки, внешне очень эффектные, порой чрезвычайно экономные и в литературном отношении явно безупречные, все же для настоящего времени едва ли могут быть рекомендованы к употреблению. Как аллегорические, так равно и метафорические заголовки и заголовки, представляющие собою цитаты из литературных произведений, допустимы и желательны в том лишь случае, если они без осечки доходят до читателя.

Наши газетные работники привыкли к метафорам, аллегориям и цитатам из поэтов и беллетристов, забывая совершенно о том, что современный массовый читатель не знает и не понимает их цитат, что до массового читателя не доходят их аллегории и метафоры. Необходимо установить такое правило: аллегорический, метафорический или литературный заголовок хорош и приемлем лишь в том случае, если достоверно известно, что он дойдет до всякого читателя и всяким читателем будет воспринят так же и в том же духе, как и в каком духе он воспринимается его основным строителем.

6. Язык типографии в заголовках.

Общие правила типографского языка распространяются, разумеется, и на заголовки. Но, поскольку заголовки все же являются специфическим газетным материалом, для них должны бы быть установлены и особые правила в области этого языка.

1. Пунктуация. В заголовках должны употребляться только те знаки препинания, без которых обойтись безусловно немыслимо без ущерба для смысла фразы. Прежде всего — точка. Если один и тот же этаж заголовка состоит из двух фраз, разделенных точкой, он уже никуда не годится — это не заголовок, а какой-то реферат. Следовательно, по общему типу заголовков точка может потребоваться только в конце этажа, т.-е. в конце фразы. Однако здесь выступает своеобразный типографский язык заголовка, который говорит о том, что точка в конце этажа не только не нужна, но, с точки зрения внешности, даже вредна, ибо в любой строке заголовка, кроме висячей, которой заголовок кончается весь в целом, она нарушает симметрию. Поскольку каждая точка является отдельным и вполне самостоятельным типографским знаком, она занимает место внизу строки, оставляя посредине и наверху ее пустоту, а эта пустота с одной стороны симметричной по своему расположению строки создает однобокость.

Что касается конца висячей строки, то, поскольку для последней вообще не обязательно примыкающее к линейке окончание, она может без ущерба для внешнего вида кончаться и точкой. Следовательно, точку в конце заголовка ставить не только можно, но и должно, ибо соблюдение правил пунктуации здесь полезно не только с общеграмматической точки зрения, но и с точки зрения технической.

В наших газетах относительно пользования запятыми в заголовках до последнего времени какого-либо общего правила не существовало, — принцип же американских газет — ни в коем случае не допускать запятых, заменяя их при помощи тире или точки с запятой—едва ли можно без проверки и серьезной критики перенести к нам. Появление запятых, особенно обилие

их в заголовке, вообще говоря, следует отнести к недостаткам заголовка и притом не органическим, а к порожденным небрежностью обработчика. В самом деле, откуда в заголовке могут взяться запятые, за исключением необходимости разделения существительных или глаголов, приведенных под ряд в большом количестве. Но даже последний случай показывает на небрежность обработчика, ибо такого перечисления всегда можно избежать. Что же касается других случаев, требующих по общим правилам пунктуации появления запятой, то всякий из них — расписка обработчика в своей торопливости, неумелости или небрежности. В самом деле, запятыми выделяются вводные слова, — а есть ли им место в заголовке, экономящем даже отдельные буквы? Далее запятыми отделяется придаточное предложение от главного, но допустимы ли в заголовках придаточные предложения, которым следует объявить войну даже в тексте. Таким образом всякая запятая в заголовке не столько является недостатком сама, сколько сигнализирует недостатки заголовка.

Сокращения. В общем и целом сокращения в заголовках подчиняются тем же правилам, которые установлены редакцией и в отношении сокращений в тексте, т.-е., допуская сокращения обычно всегда и всюду в печати сокращаемых слов, вроде „товарищ" „гражданин" и т. д., а равно и центральных учреждений, заголовок не может допускать таких сокращений, относительно легкости расшифрования которых читателем может встретиться хотя бы намек на сомнение. Такое категорическое правило вполне понятно: из контекста зачастую становится ясным скрытый смысл сокращения и таинственное название легко расшифровывается самим читателем, — контекст же заголовка не позволяет этого вследствие своей вынужденной лаконичности.

Некоторые коррективы существуют и относительно сокращения названий местных учреждений. Так, МСПО для московских (не-центральных) газет—вполне допустимое и понятное слово, ибо, если далеко не каждый москвич-читатель знает, что это означает Московский союз потребительских обществ, то все же он отлично представляет себе, о чем идет речь, —для читателя же центральных газет МСПО в заголовке рискует превратиться в совершенно неведомое учреждение и, следовательно, одним своим появлением убить заголовок. Точно так же харьковские газеты смело могут в заголовках печатать ХЦРК, ибо каждый харьковский читатель знает, что это харьковский центральный рабочий кооператив, но в иногородних газетах подобное сочетание букв может быть принято читателем даже за досадную опечатку.

Таковы житейские, если можно так выразиться, правила сокращений в заголовках. Однако, с точки зрения идеала, сокращения в названиях учреждений вообще недопустимы в заголовках, ибо в такой краткой и преимущественно выразительной речи, как речь заголовка, всякие сокращенные наименования кажутся фамильярно-жаргонными. Насколько, например, внушительнее звучит Высший совет народного хозяйства, чем ВСНХ. Это одно соображение против сокращения в заголовках. Второе же возражение против них основывается на зрительном впечатлении: по общему правилу все сокращенные названия набираются и печатаются прописными буквами — ВСНХ, СНК, ЦИК и т. д. Между тем сплошь и рядом заголовок весь вообще или основной его этаж набирается только прописными. Следовательно, эти сокращения приходится набирать уже или иным шрифтом, что производит впечатление небрежности, или же тем же шрифтом, но на два-

четыре пункта больше. При этом втором случае, равно как и тогда, когда заголовок набран строчными буквами, а сокращения прописными, название учреждения выпирает из черного заголовка и в глазах читателя занимает положение более центральное, чем ему фактически по содержанию заголовка отведено.

Кавычки. Этим знаком вообще следует пользоваться как можно реже. В тексте они почти уже вытеснены употреблением тире с абзаца. Заголовок такой структуры не допускает, как вообще не допускает абзаца среди одного этажа, следовательно, кавычки совершенно обойти нельзя. Практически в заголовке кавычки употребляются, как и в тексте, для обозначения иронии, для выделения обычных слов, употребляемых в качестве терминов и, наконец, для выделения прямой речи, причем в последнем случае зрительно лучше ставить вместе с кавычками и тире, ибо кавычки, в узких шрифтах особенно, заметны в том лишь случае, когда они окаймляют одно слово, по сторонам же целой фразы они теряются и кривят строку.

Цифры. В большинстве случаев, независимо от общего типографского языка данной редакции, в заголовках не только количественные числительные, но и порядковые набираются цифрами по соображениям, во-первых, броскости зрительной и, во-вторых, по соображениям экономии места.

Переносы. В заголовках переносов быть не должно, ибо они не только безобразят заголовок, с точки зрения внешности его, но и нарушают цельность его восприятия. Конечно, бывают случаи, когда переноса избежать совершенно невозможно, но вне этих чрезвычайных обстоятельств обработчик должен привыкнуть к мысли о невозможности переноса. Мало того, стремление к цельности заставляет требовать и особых правил

выключения заголовочных строк: недопустимо не только отделение предлога или союза от того слова, с которым они связаны, но даже распределение по разным строкам существительного и данного ему эпитета недопустимо потому, что подобное разделение, подобный перенос не дает возможности читателю схватить заголовок в целом и заставляет прочитывать его слово за словом.

7. Выразительность заголовка.

Начальные слова предложения играют важнейшую роль в деле воздействия на интерес читателя и либо убивают его сразу, либо же привлекают ко всей заметке. Это общегазетное правило в применении к заголовкам подлежит сугубому соблюдению,—все, что есть интересного — в начало. Конечно, это вовсе не значит, что конец заголовка можно заполнять пустопорожней болтовней, — каждый пункт места, предоставленного для заголовка, должен быть использован с максимальной выгодой для газеты и ее читателя, поэтому лучше сократить заголовок до одного этажа, до одной строчки даже, чем заполнять его ненужными словами и пустой болтовней. Речь идет лишь о том, что начало заголовка должно быть самым интересным в нем местом, но отнюдь не за счет изъятия всякого интереса из конца.

Избегайте обобщений. Поскольку и автору и обработчику не всегда удается во вступлении выделить характерные для данной заметки факты, это вступление оказывается слишком общим, мало конкретным. Но, по сравнению с заголовком, даже вступление представляется целой рекой, потоком слов, в котором обобщения не так заметны, не так бьют в глаза и не так разочаровывают читателя. В заголовке же, построенном на таком общем вступлении, для читателя не оста-

нется ничего специфического, ничего отличающего именно эту заметку от всех других, ей подобных. Как только строитель заголовка заметит, что вступление топит своей водянистостью весь заголовок, он должен внимательно изучить всю заметку и на основании этого изучения заголовок конкретизировать. Сколько раз над иностранными телеграммами наших газет красовался заголовок вроде:

СОГЛАШАТЕЛИ ОПЯТЬ ОБМАНУЛИ РАБОЧИХ.

Подобный заголовок подходит почти ко всем моментам напряженной классовой борьбы на Западе, независимо от страны и вообще конкретных условий, описанных в заметке. Так, его можно приклеить к майской всеобщей забастовке в Англии, можно им снабдить забастовку в Лодзи, референдум в Германии и т. д. Ясно, что подобный заголовок всегда будет лишен всякой выразительности.

С т е р е о т и п н ы й з а г о л о в о к. Поскольку стереотипный заголовок является не более, чем разновидностью обобщенного заголовка, он уже поэтому одному не имеет права на появление в газетах. Однако он вреднее обобщенного заголовка, потому что практически он выливается в форму обычной этикетки, разве только более обширной. Какой, например, конкретный смысл придается популярным среди наших газет заголовкам: „Строим новый быт“, „Достигаем довоенного уровня“, „Изживаем недостатки“ и т. п. Между прочим, для того, чтобы заголовок действительно был точным, конкретным и исчерпывающим, очень полезно бывает упоминание в нем о главных действующих лицах или руководителях события, при условии, конечно, что эти лица фигурируют и в заметке. Особенно удобно это в многоэтажных заголовках, где для обработчика прак-

тически всегда имеется достаточное количество места и полная, благодаря этому, возможность ясно и отчетливо выявить основные мысли и факты заметки.

Для проверки выразительности заголовка следует пользоваться следующими вопросами:

1. Может ли данный заголовок без ущерба для здравого смысла возглавлять другую заметку на ту же тему.

2. Точно ли отвечает заголовок на вопросы: кто что, когда, где и почему.

3. Если данная заметка является продолжением вчерашней, ясно ли это из заголовка.

4. Помещен ли „ключ“ к заметке в первом этаже заголовка.

5. Если в заголовке фигурирует имя собственное, пояснено ли, что это за человек, или же это ясно без пояснений.

Заголовки для телеграмм и корреспонденций. Особенностью заголовков над иногородними заметками является необходимость указания в них места происшествия или события, без чего подобный заголовок никогда не будет точным. От такого указания не избавляют никакие общие этикетки, не избавляет и название города, которое ставится в наших газетах перед текстом телеграммы, ибо этикетка многими не читается, с одной стороны, а с другой—она является лишь указанием для читателя — где найти провинциальный, центральный или заграничный материал, город же перед текстом телеграммы опять-таки указывает не место происшествия, а место подачи телеграммы или источник информации. Телеграмма, помещенная в отделе „По Союзу“, помеченная вначале „Одесса“ и озаглавленная „Забастовка на частном предприятии“, является по существу анонимной, ибо Союз наш велик, из Одессы могут поступать телеграммы о событиях не только

самого города, но и всего округа и, наконец, частных предприятий не так мало, чтобы читатель сразу сообразил, о каком именно предприятии идет речь. Иначе звучит заголовок той же телеграммы в точном виде: „Забастовали рабочие одесской частной канатной фабрики". То же самое в еще большей степени относится к иностранной информации, где передача из Рима сведений о событиях в Юго-Славии—обычное дело. Следовательно, заголовок „Фашисты напали на рабочих", поставленный над помеченной Римом телеграммой, ни в коем случае не может быть признан точным заголовком, ибо он не отвечает на вопрос „где".

Анонимные заголовки. Заголовок, из которого не явствует главное действующее лицо заметки, т.-е. не отвечающий на вопрос „кто", совершенно недопустим, как недопустим заголовок стереотипный. Как часто в наших газетах фигурируют заголовки вроде „Борьба за власть", „Не удалось сговориться", „Травят рабкора" и т. д., и как мало они дают читателю.

8. „Окраска" заголовка.

Лаконичность заголовка, отсутствие лишних слов, конкретизация и точность — все это вместе взятое как будто на первый взгляд совершенно исключает возможность влияния на читателя при помощи одного лишь заголовка. Но это так только на первый и притом далеко неверный взгляд. На самом деле заголовок именно благодаря своей краткости и словесной скупости всегда кажется каким-то недоговоренным сообщением, т.-е. сообщением, не договаривающим мнения газеты по существу заметки. Читатель невольно ищет оценки, и поскольку он ее не находит в заголовочных строках, ищет ее между строк и, не найдя, зачастую сочиняет сам от лица газеты. Необходимо иметь в виду простую ис-

тину — нет и не может быть газетного сообщения, которое являлось бы действительно совершенно „объективным“, т.-е. не только не указывало бы мысль автора, но и не склоняло бы читателя к какому бы то ни было выводу. Исключением (для наших газет довольно частым и не менее печальным) являются заметки, непонятные массовому читателю, но отнюдь не могут считаться правильно составленные заголовки. Однако от окраски заголовка мнением газеты до тенденциозного заголовка — дистанция огромного размера: насколько необходимо в газетной работе первое, настолько же недопустимо второе и притом недопустимо не с точки зрения какой-то отвлеченной „этики“, о которой любят распространяться буржуазные газеты и их сотрудники, а исключительно по соображениям максимального воздействия на читателя, которого надо склонить к определенному выводу, но который крайне недоволен, когда ему этот вывод подносят прямым и ясным лобовым ударом.

Достигается подобная окраска заголовка отнюдь не похвалой описываемого события или порицанием его — это и есть прямой и ясный удар, а значительно проще и экономнее — умелым расположением слов в заголовке, перенесением логического ударения на ту или иную часть фразы. Однако, именно в виду тонкости и ювелирности этой работы, обработчику следует чрезвычайно тщательно проверять ее перед тем, как сдать заголовок в набор: перечитать заголовок, стать на точку зрения читателя и посмотреть, что может вывести читатель из заголовка — то ли, о чем думал обработчик, или же ему предоставлена возможность сделать совершенно иной вывод.

В тех лишь случаях, когда подобная окраска или чрезвычайно затруднительна, или желателен более сильный нажим на читателя, допускается придание за-

головку более острого колорита при помощи повелительного наклонения, сатирической или юмористической фразы и, наконец, построение заголовка в форме вопроса.

Повелительное наклонение уместно в заголовках над воззваниями международных рабочих организаций, а равно в случае газетных кампаний по поводу оказания поддержки советской власти в ее практических мероприятиях, например, воззвание Коминтерна, организация недели помощи безработному, неделя воздушного флота и т. д. Но опять-таки и в этих исключительных случаях отнюдь не весь заголовок может строиться в повелительном наклонении, а только часть его.

Сатирическая окраска заголовку придается так же в исключительных случаях и главным образом телеграммам и заметкам, содержащим в себе изложение чьего-либо мнения, противоположного мнению газеты, например, над интервью с буржуазным государственным деятелем, над перепечаткой из иностранной прессы и т. д. и притом в тех лишь случаях, когда серьезное разоблачение лживости высказанного мнения не является существенно необходимым. Вообще же сатирических заголовков следует избегать потому, что они создают несерьезное отношение к сути заметки и могут отвлечь внимание читателя от весьма важных моментов этой заметки.

Вопросительные заголовки представляют собою, пожалуй, наиболее резкие тона окраски, так как, вполне естественно, что вопрос ставится лишь в том случае, если редакция может на него получить от читателя только один ответ, и притом обычно отрицательный. Для того, чтобы получить положительный ответ, не следует задавать даже вопрос. Например, если какой-нибудь завод собрал большую сумму в пользу беспри-

зорных или поднял производительность труда, или, наконец, ликвидировал прогулы, едва ли хоть одной редакции придет в голову спросить у своего читателя — хорошо ли, мол, это. Отрицательный же ответ у читателя весьма часто сам по себе не возникнет, если не будет вызван соответствующим вопросом. Так, многие из действий социал-демократов или рабочей партии Англии способны по внешности произвести чрезвычайно отрадное впечатление, но достаточно поставить в заголовке вопрос относительно побуждений или причин такой деятельности, — читатель уже понимает, что внешность действия оказывается обманчивой. Или газета приводит выдержки из отчета какого-нибудь треста. По отчету как будто все выходит прекрасно: и прибыль, и режим экономии, и все прочее. Однако у газеты есть основания полагать и даже знать, что благополучие — только отчетное, показное, причем в заметке об этом говорится вполне определенно. Вопрос, вкрапленный в заголовок над заметкой, сразу окрашивает этот заголовок в тон недоверия, сомнения в казенном благополучии и дает нужное направление читательской мысли и оценке.

Применение вопросительных заголовков вполне допустимо при непременном, однако, соблюдении следующих двух условий:

1. Вопросительными заголовками нельзя злоупотреблять, ибо по самому существу своему они все-таки являются тем прямым и ясным лобовым ударом по читателю, которого следует избегать. Поскольку они редко будут встречаться в газете, читатель склонен будет их считать действительным вопросом, но при частом повторении уловит их явную тенденциозность, и вопрос перестанет на него действовать в нужном направлении.

2. Не следует заголовок начинать с вопроса, ибо такое начало лишает заголовок выразительности. В многоэтажном заголовке вопросу отдается последний этаж, в коротком — последняя фраза.

VI. ОШИБКИ ПРИ ПОСТРОЙКЕ ЗАГОЛОВКОВ.

Кроме обычных ошибок, зачастую допускаемых обработчиками в процессе своей работы над текстом, о которых говорилось в предыдущей главе, внимательное исследование работы над заголовками открывает еще ряд ошибок, специфически присущих обработчикам во время постройки заголовков.

I. Отсутствие „режима экономии". Заголовок не допускает общих мест, повторений, лишних слов и т. д. Однако именно потому, что за соблюдением данного правила надо следить особенно внимательно, нарушение его и является самым основным грехом обработчиков, которые весьма часто могут затеряться между двумя основаниями, из которых одно на первый взгляд противоречит другому. С одной стороны, заголовок должен представлять собою идеал лаконизма, т.-е. быть кратким до последних пределов. С другой же стороны, заголовок должен быть исчерпывающе полным и абсолютно понятным, т.-е. давать читателю отчетливое представление о факте во всех его существенных деталях. В стремлении согласовать эти два правила строители заголовков зачастую впадают в ошибку расточительности, думая количеством слов восполнить недостатки содержания. Между тем приведенные правила отнюдь не противоречивы и, больше того, могут быть соблюдаемы только при одновременном их применении, ибо, как показывает опыт не только заголовков, но и основного текста, — чрезмерное слово-

обилие не только не разъясняет мысль, но запутывает ее, затрудняет читателя, занимает много места и таким образом вредит всему газетному листу. Тем более в заголовке опасно многословие, в котором тонет отчетливость и ясность: заголовок должен не читаться, а схватываться глазом.

Лучшим способом избежания этой ошибки следует признать расширение своего словесного запаса путем предварительного и постоянного подбора выразительных слов, из которых легче строить заголовок. Работающий над заголовками должен посадить себя на строжайшую словесную диэту, избегая при этом однообразия, избегая клиширования и трафаретов.

Практически:

1. Составьте для себя список избитых, штампованных слов и выражений, ежедневно пополняйте его из текущего опыта, положите на самое видное место на рабочем столе и при постройке заголовка внимательно следите—не попали ли в ваш заголовок слова из этого списка.

2. Составьте для себя словарь синонимов из наиболее коротких слов и пользуйтесь им тогда, когда у вас при построении заголовка иссякнет запас подходящих слов.

3. При построении заголовка беспощадно выбрасывайте слова, занимающие всю строку или большую ее часть.

4. Избегайте в заголовках слов, превышающих четыре слога.

5. Пользуйтесь только конкретными выражениями, а не общими словами.

6. Следите за тем, чтобы ваш заголовок был оригинален.

II. Нарушение симметрии. В наших газетах в буквальном смысле слова бросается в глаза крайне небрежная внешность заголовков: чередование различного типа строк не подчиняется, повидимому, никаким законам и правилам, на вкусы читателя не обращается никакого внимания, внешность всего газетного листа в целом в забросе. Между тем отсутствие симметрии, различного размера строки в заголовках, — все это лишает не только отдельные заголовки, но и всю комбинацию их, а следовательно, и всю полосу газеты основных положительных свойств, даваемых красотой верстки, умелым расположением материала. Глаз читателя не приковывается к отдельным заголовкам, а просто теряется в невообразимой каше, причем сам читатель причину своей растерянности едва ли сразу поймет. Между тем она проста—отсутствует необходимая для глаза симметрия.

Будьте внимательны к „мелочам" и соблюдайте точные размеры заголовочных строк, помня, что отсутствие симметрии не окупается никакими другими положительными качествами вашего заголовка.

III. Общая небрежность. Небрежность при построении заголовка—это общий недостаток всех работников редакции, причем внешне он проявляется в самых разнообразных видах и формах. Так, к небрежности следует отнести не только нечаянные ошибки, неудачную окраску заголовка, неудачный подбор слов, — к небрежности же следует отнести вообще все проявления отсутствия заботы не только о газете, как таковой, но и о читателе этой газеты: передержки, неоправдываемые ничем преувеличения, ненужную желтизну, контрабандную тенденциозность и т. п. К наиболее часто встречающимся проявлениям небрежности следует отнести:

а) Отсутствие знаний. Поспешность и недостаточное знакомство с содержанием заметки, отсутствие привычки к тщательному изучению этой заметки, стремление отделаться первым, пришедшим на ум, заголовком, незнание читателя — таковы основы появления в заголовке нечаянных ошибок.

б) Излишняя яркость. Часто строитель заголовка увлекается и дает ему выразительность, совершенно не требуемую сутью заметки, раздувая таким образом факт в заголовке вне соответствия с содержанием самой заметки.

в) Пропуски. Эта ошибка обычно свойственна заголовкам речей и интервью. Строитель заголовка, схвативший лишь обрывки мнений и идей, высказанных тем или иным лицом, остановившись на мелочах или громких фразах оратора, пропускает важнейшие места и в заголовке искажает всю суть речи.

г) Предположение вместо факта. Ошибка, сходная с предыдущей. Невнимательный обработчик из интервью или речи выхватывает высказанное оратором предположение и выносит его в заголовок уже в качестве совершившегося факта.

д) Неуместные кавычки. Небрежный обработчик, желая украсить свой заголовок прямой речью, выхватывает из заметки фразу, ставит ее в кавычки и тем вводит в заблуждение читателя, ибо преподносит ему собственные слова не действующего лица, а только репортера, давшего отчет о событии.

е) Преувеличение. Иногда обработчик „помогает“ событиям: ему не нравится, что событие, изложенное в заметке, незначительно; поэтому он его преувеличивает в заголовке, вводя тем самым читателя в явное заблуждение.

ж) Личное мнение обработчика. Недостаточно объективное отношение к фактам—право, а иногда и обязанность редакции, но не личное дело обработчика, который должен окрашивать заголовок согласно общей линии редакции, сообщение же в заголовке личных выводов на основании неизвестных или незаметных для читателя деталей события является признаком явной небрежности по отношению к читателю и газете.

з) Тенденциозность. Было бы смешным пуританизмом говорить о необходимости „объективности" газеты в целом и в частности ее заголовков. Но ошибка начинающих и ретивых обработчиков заключается в том, что они спешат навязать мнение газеты читателю, а не подвести читателя к этому мнению. Если начинать заметку с тенденции, читатель может просто по обывательской манере воспротивиться навязыванию этой тенденции, что, разумеется, не входит в интересы редакции ни с какой стороны: надо, чтобы поданный читателю вывод был им принят за собственный.

и) „Приговор" в заголовке. Эта ошибка сводится к тому, что, при изложении судебных процессов, арестов, судебных преследований и т. п., обработчик на основании одностороннего материала или части материала в заголовке уже дает как бы предполагаемое решение по возбужденному делу. Конечно, опять-таки смешно было бы говорить о недопустимости влияния и воздействия печати на суд,—это было бы лицемерием, свойственным буржуазной прессе,—у нас воздействие пролетарской и вообще советской общественности на суд неизбежно, ибо мы не мыслим себе суда, оторванного от этой общественности и выносящего приговоры на основании лишь буквы закона. Но в данном случае речь идет не об одной из форм воздействия на суд, а об ошибке, основанной на небреж-

ности: не выслушав другой стороны, не выслушав (точнее не прочитав) судоговорения, ретивый обработчик может, что называется, закатать человека, будучи убежденным, что он уже догадывается об исходе процесса, тогда как на самом деле его строгий „приговор" может абсолютно не соответствовать результатам судебного разбирательства.

к) Редакционный заголовок. Редакционный заголовок относится скорее к числу специальных заголовков, о которых речь будет итти в дальнейшем. Здесь же следует лишь указать, что обработчик нередко переоценивает событие и дает заметке о нем редакционный заголовок, т.-е. содержащий в себе выводы, которых в заметке нет, придавая таким способом ничтожной по существу заметке характер политической сенсации.

VII. СПЕЦИАЛЬНЫЕ ЗАГОЛОВКИ.

Упомянутый уже редакционный заголовок является специальным лишь по существу, сохраняя обычную форму всех заголовков. Отличие его от заголовка обыкновенного — наличие выводов, на которые дает право не сама по себе телеграмма или заметка, а вся совокупность всех сведений по этому вопросу, хотя бы и не опубликованных в данном номере газеты. Кроме этого отличного по существу заголовка, есть ряд специальных по форме.

1. Переносный заголовок. Под переносным заголовком следует понимать заголовок, поставленный над продолжением информации по одному и тому же вопросу, перенесенным с первой полосы на одну из последующих. Иногда этот заголовок дается в редакции при отправке материала к набору,—чаще выпускающим во время верстки, когда устанавливается с несомнен-

ностью, что на первой полосе вся предназначенная для нее информация не уместится.

Поскольку переносный заголовок по существу не является самостоятельным, так как должен повторять основной многоэтажный заголовок первой полосы, он представляет некоторые особенности: во-первых, он должен быть значительно короче основного заголовка, так как предполагается, что читатель до него дойдет лишь после того, как ознакомится с основным заголовком, в котором суть всей информации в целом уже изложена; во-вторых, по содержанию своему он должен повторить основной заголовок не целиком, а лишь первый этаж его для того, чтобы у читателя сохранилось сразу же представление о преемственности текста. Кроме того, переносный заголовок должен содержать в себе и указание на суть той информации, которая помещается непосредственно под ним. Следовательно, являясь заголовком вспомогательным, переносный заголовок не должен быть особенно длинным, многоэтажным и бросающимся в глаза: его задача ограничивается указанием читателю на то место, в котором он найдет продолжение оборванной на первой полосе информации.

2. Лента. „Лентой“ именуется заголовок, вытянутый поперек нескольких столбцов или даже поперек всей газетной полосы, набранный крупным шрифтом до квадрата включительно и рекламирующий то известие, которое редакция считает гвоздем данного номера. Само собой разумеется, что применение ленты следует рассматривать как исключение, а не как общее правило: читатель при виде ленты должен сразу понять, что в газете имеется сообщение исключительной важности. Поскольку же события исключительной важности не могут происходить ежедневно, постольку и лента не должна

превратиться в обычную принадлежность газеты. Именно ее исключительность оказывает весьма серьезную помощь редакции в тех случаях, когда нужно приковать внимание читателя к какому-нибудь факту, на который без ленты он не обратил бы серьезного внимания.

Что касается техники пользования лентой, то в этом отношении можно указать два одинаково приемлемых и равноценных правила: 1) лента может рассматриваться, как совершенно самостоятельный заголовок, причем заметка, к которой он относится, может быть помещена в любом месте первой полосы и должна быть снабжена своим многоэтажным заголовком, от ленты оторванным; 2) лента может рассматриваться и как первый этаж основного заголовка,—в этом случае соответствующая ленте информация помещается непосредственно под ней.

Лента сама по себе является редакционным материалом первостепенного значения, зачастую оказываясь по сути значительно важнее даже передовой статьи. Поэтому, как правило, основной текст ленты дается ответственным за газету редакционным работником и притом не в последнюю минуту, не во время верстки, а заранее, чтобы вся последующая информация приспособлялась к ленте.

3. Заголовки отделов. В данном случае речь идет не о тех этикетках, которыми наши газеты снабжают свои отделы: „Рабочая жизнь", „Партийная жизнь", „По провинции" и т. д., — это, конечно, совсем не заголовки и даже не имеют с заголовками ничего общего, — они представляют собою лишь придорожные вехи, указывающие читателю, где помещен материал по тому или иному вопросу. Между тем читателю, конечно, важно не только это, ему важно не только знать, где помещается материал, освещающий жизнь партии,

но существенно также узнать, какой именно материал там помещен, — жизнь ли интересующей его ячейки, информация ли о работе парторганов, освещение ли деятельности женотдела и т. д. Следовательно, кроме ничего не говорящей этикетки „Партийная жизнь“, отдел должен быть снабжен и общим заголовком, если весь помещенный в нем материал допускает такое объединение, или же несколькими заголовками, которые давали бы читателю отчетливое и ясное представление о сути, подносимой ему отделом информации. В некоторых наших газетах отделы снабжаются так называемыми „шапками“, т.-е. оглавлением содержания всего отдела. Это уже шаг вперед, но шаг робкий и цели не достигающий: шапка отдела рассчитана на того читателя, который читает весь отдел от строки до строки, и по существу эта шапка имеет то же назначение, как и оглавление книги.

Заголовок отдела должен подчиняться всем тем правилам, которые указаны для заголовков вообще, со следующими отступлениями, вызываемыми своеобразностью материала отделов: за основу для заголовка берется содержание важнейшей заметки данного отдела, которое и фигурирует в качестве основной мысли первого этажа заголовка. Последующие же этажи могут быть связаны с первым логической связью, поскольку этой связью проникнуты все заметки одного отдела, правильно сделанного, и относиться к последующим заметкам в порядке убывающего их значения и интереса.

Само собой разумеется, что заголовки отделов должны составляться не обработчиками, а лицами, ответственными за содержание отделов, т.-е. заведующими ими или секретарем редакции.

4. П о д з а г о л о в к и. Подзаголовком именуется маленький, короткий заголовок, поставленный внутри

заметки и облегчающий читательскому глазу восприятие длинной „колбасы“ статьи или заметки, всегда серой и однообразной, несмотря на абзацы. По отношению к подзаголовкам, конечно, не применимы правила заголовков за исключением непременного требования действенности и глагольности. Подзаголовки не дают содержания помещенного под ними абзаца,—они лишь помогают читателю преодолевать столбцы газеты. Нормально подзаголовок содержит в себе ту же мысль, которая развивается в самом конце поставленного под ним абзаца, и таким образом напрягает внимание и интерес читателя, доводя их до следующего подзаголовка.

При наличии хорошо составленного заголовка отдела или групповой информации, заголовки над отдельными заметками или телеграммами, особенно над мелкими, с успехом могут быть заменены подзаголовками. Однако этим не следует злоупотреблять: подзаголовками в этих случаях можно пользоваться только при том условии, если обработчик убежден в том, что основной заголовок захватил все содержание мелких телеграмм. В противном же случае следует пользоваться мелкими заголовками, подчиняющимися относительно своего содержания общим правилам делания заголовков, по форме же представляющим один этаж, а еще чаще—и одну строку.

5. Подписи к иллюстрациям. Газетная иллюстрация может быть или подписана, или надписана, т.-е. подпись помещается или над иллюстрацией, или под ней. В зависимости от положения подписи она меняет свой характер.

Подпись, помещенная над иллюстрацией, носит характер заголовка над заметкой, содержанием которой является не текст, а рисунок. В этом заголовке, кроме сути рисунка, следует так же указывать на связь между

рисунком и тем газетным текстом, к которому иллюстрация непосредственно относится.

Подпись, сделанная снизу, является обычным пояснительным текстом. При комбинировании обоих способов подписания иллюстрации возможно помещение ее не к тексту, а взамен текста.

VIII. „ШАПКА" НОМЕРА.

„Шапка" номера представляет собою оглавление всей газеты и печатается обычно впереди текста или над ним рядом с заголовком газеты. Первоначально „шапка" имела своим назначением удовлетворение потребности читателя, имеющего возможность прочитать всю газету, а не только остановиться на выдающихся новостях. В соответствии с таким назначением она обычно носила характер оглавления, подобного оглавлению книги, т.-е. безглагольно перечисляла те сообщения, которые помещены в газете. Из такой шапки читатель узнавал, что в данном номере он прочитает про перевыборы советов, про события в Китае, про новое правительство в Германии, про совещание по снижению розничных цен и т. д.

Однако, как бы мало ни занимала подобная „шапка" места в газете, все же она занимала его совершенно бесплодно, ибо неторопящийся читатель или читатель, имеющий возможность прочитать всю газету от строки до строки, в конце-концов узнавал, что же именно помещено в номере. Читателю же неквалифицированному, не имеющему возможности справиться со всей газетой или квалифицированному, но не имеющему времени на овладение всеми полосами, такая „шапка" никакой помощи не оказывала, так как понять из перечня фактов их важность чрезвычайно трудно,—

приходилось рыться в страницах и читать те сообщения, которые редакцией выделены. Поэтому в процессе своего развития „шапка“ номера приняла иной вид— более удовлетворительный и даже опережающий в своих достижениях заголовки над информацией. В настоящее время „шапка“ номера большинства газет, особенно центральных, создается по иному принципу, а именно по принципу изложения основных новостей и перечня помещенных в номере руководящих статей, причем перечень статей обычно сопровождается указанием той полосы, на которой данная статья помещена.

Доказывать преимущества новой системы „шапок“ едва ли следует,—они ясны сами собой: читатель, проглядывая „шапку“, одновременно ознакомляется с содержанием важнейших новостей, получает возможность начать чтение газеты с той из них, которая его наиболее интересует, не теряет времени на разыскивание основных сообщений по газетному полю и, в конце концов, даже ограничившись прочтением одной лишь „шапки“, уже оказывается в курсе основных новостей текущего дня.

Характерно, что те самые газеты и даже те самые номера их, из которых выше мы брали примеры весьма далеких от совершенства заголовков, дают вполне удовлетворительные „шапки“, удовлетворительные настолько, что, если бы редакции этих газет превратили „шапки“ в заголовки, а заголовки перенесли в рубрику „сегодня в номере“, и читатель, и газета выиграли бы не мало.

„Известия“:

Заявление замнаркоминдел тов. Литвинова.

Англия.

Правительством образован специальный комитет министров по китайским делам. В состав комитета вошли Болдуин, Чемберлен и Бальфур.

Германия.

Рейхсканцлер Маркс выступил в рейхстаге с правительственной декларацией. Коммунисты, социал-демократы и демократы внесли вотумы недоверия новому кабинету.

Франция.

Коммунистическая фракция палаты депутатов внесла законопроект, предусматривающий полную амнистию по военным и политическим преступлениям.

Польша.

Регламентная комиссия сейма постановила выдать белорусских депутатов и депутата Головача суду.

Китай.

В Шанхае циркулируют упорные слухи о поражении, понесенном войсками Сун-Чуан-Фана к югу от Ханьчжоу.

По СССР.

Начаты изыскательные работы по прокладке канала, который соединит Белое море с Каспийским.—На Урале идет деятельная подготовка к будущему строительному сезону; на строительные работы в области отпущено 107 милл. руб.

„Правда":

Китай.

В Англии создан специальный комитет министров по китайским делам в составе Болдуина, Чемберлена и Бальфура.

Сообщение о поражении Сун-Чуан-Фана в Чжецзяне подтверждается.

Китайская компартия опубликовала воззвание, призывающее к поддержке национального правительства против английского империализма.

Польша.

Комиссия сейма большинством 8 голосов против 4 постановила выдать белорусских депутатов и депутата Головача суду.

Германия.

Рейхсканцлер Маркс выступил в рейхстаге с правительственной декларацией.

По СССР.

В Москве открылся V пленум ЦКК ВКП(б).

В Ленинграде начались работы по проектированию Волго-Донского канала.

„Экономическая жизнь".

За границей.

Во многих кругах Англии считаются с возможностью разрыва отношений с СССР.

Английский кабинет обсуждает положение, создавшееся в связи с отказом Чена подписать соглашение с О'Малли.

Китайская печать считает, что падение Шанхая произойдет до прибытия английских войск.

Регламентационная комиссия польского сейма постановила выдать белорусских депутатов суду.

В Советском Союзе.

В марте выпускается 100-миллионный государственный 10% выигрышный заем.

Окончилось совещание по вопросам снижения розничных цен.

„Беднота".

За границей: Кампания против СССР в Англии усиливается; большинство английских министров высказывается за разрыв сношений с СССР. В Португалии вспыхнуло восстание среди войск. Китайская революционная армия одержала новую победу.

По Советскому Союзу: 1 марта выпускается новый выигрышный заем. Всесоюзный съезд советов состоится 15 апреля в Москве. По сведениям центральной избирательной комиссии, переизбрано более 3 тысяч 800 советов. В Поволжье ожидается половодье выше прошлогоднего.

Читателю не представит особого труда сравнить эти „шапки" с „шапкой" „Комсомольской Правды" и оценить два различных типа осведомления читателя о содержании номера:

„Комсомольская Правда".

За границей: Травля СССР в Англии (1 стр.). Положение в Шанхае (1 стр.).

По Советскому Союзу: Как проходят перевыборы советов (2 стр.). От ворот и по знакомству (2 стр.). За и против маргарина (4 стр.).

„Шапка" эта страдает теми же недостатками, которые свойственны и заголовкам „Комсомольской Правды",

т.-е. безглагольностью и вытекающей отсюда неопределенностью: читатель не осведомляется о сути события, не вводится в курс дела, не знакомится с новостями дня.

Удовлетворительные, с точки зрения изложения, „шапки" центральных газет, все же далеко не свободны от других недостатков, к числу которых в первую очередь следует отнести их несоответствие с содержанием номера. Например, приведенные „шапки" „Известий" и „Правды" ни слова не говорят о той информации, которая для данного номера обеих газет явилась центральной, — об отношениях между Англией и СССР. Кроме того, едва ли самыми важными сообщениями о жизни Союза ССР сами редакции этих газет считают те сообщения, о которых упоминается в их „шапках." Наконец, содержание „шапки" далеко не исчерпывает собою содержания номера.

КОРРЕКТУРА.

Корректура—это чисто механический процесс исправления ошибок и пропусков, допущенных наборщиками во время превращения рукописи в газетный полуфабрикат. В отличие от обработки, корректура ни в какой мере не требует ни особых знаний, ни литературных навыков и приемов, так как ни исправление, ни проверка рукописи или вообще оригинала корректорам не поручается. Наоборот, исправленный обработчиком и сданный в набор рукописный или напечатанный на машинке оригинал является единственным и безапелляционным авторитетом для корректора. Задача корректора сводится практически к тому, чтобы сличить этот оригинал с доставленными ему на проверку типографскими оттисками и внести в последние исправления в тех местах, где типографская копия расходится с оригиналом.

Материалом, над которым работает корректор, являются гранки набора, т.-е. небольшие его части, оттиснутые на отдельных бумажных полосках. Оттиски эти попадают в корректорскую по мере их изготовления в наборной, проделывая приблизительно следующий путь.

Оригинал поступает в типографию (наборную), распределяется между наборщиками, обычно линотипистами, а в мелких и технически слабых типографиях—

между всеми наборщиками приблизительно в равных долях. Набранные строки линотипа или ручного набора связываются и тискаются на полосках, вмещающих от 80—120 строк, и вместе с оригиналами передаются в корректорскую для проверки соответствия набора оригиналу. После проверки с исправлениями корректора оттиски уже без оригиналов возвращаются в типографию, где наборщики исправляют замеченные опечатки и вновь тиснутые гранки набора еще раз направляют в корректорскую. Корректора, получив так называемую ревизионную корректуру, снова сверяют, все ли указанные ими на первой гранке ошибки исправлены, и опять направляют в наборную. Там, после сверки с ревизионной корректурой, исправленный набор верстается в газетные полосы и попадает в корректорскую уже в виде готовых полос, над которыми ведется последняя корректура, после чего уже снимается матрица и отливается стереотип.

Книжная корректура. Отличительной особенностью книжной корректуры является то обстоятельство, что она ведется не только корректорами, но и редакцией и авторами. По общему правилу, первые корректурные оттиски до литерных исправлений прежде всего поступают к автору книги, который вносит те или иные авторские поправки, ограничиваемые по общему правилу не качественно, а количественно (10—20% всего набора). После уже исправления авторской корректуры, оттиски попадают к редакционным корректорам, корректорам же обычным, типографским, в руки попадает для окончательной корректуры лишь так называемая „сводка", т. е. оттиски, в которые внесены уже все исправления и которые сверстаны в книжные полосы, причем даже и из машины, если, конечно, страницы не стереотипируются. Редакция получает для окончатель-

ной сверки первые оттиски, подписывает их к печати и через специальных лиц во время всего печатания проверяет отчетливость оттисков и их правильность, которая может механически во время печати нарушиться не только тем, что неправильно приправленный шрифт осядет и будет давать пробелы, но и благодаря непредвиденным поломкам отдельных знаков, ослаблению заключки и т. п.

Газетная корректура. В газетной редакции корректирование газеты поручается специальному штату высококвалифицированных корректоров, причем наличие газетного корректора безусловно обязательно даже для тех маленьких газет, которые печатаются в чужой типографии и пользуются работой типографских корректоров: роль корректора в таких случаях исполняет тот или иной сотрудник редакции, независимо от типографского корректора просматривающий газетные гранки.

Практически газетная корректура отличается от книжной тем, что лишь в очень редких случаях ревизионная корректура читается в гранках,—обычно газетные корректора держат только две корректуры—в гранках первую и ревизионную в полосах. Гранки тискаются в трех экземплярах: для редакции, для выпускающего и для корректора. Корректорские гранки исправляются по мере поступления их из наборной, затем в корректорскую сдаются те из редакционных гранок, в которые внесены редакторские или авторские поправки. Корректора эти поправки вносят дополнительной первой корректурой и сверяют в ревизионных полосах.

Ревизионные полосы тискаются в двух экземплярах—для корректоров и для выпускающего. Иногда, обычно лишь по особому требованию, для редактора.

Таким образом корректура из обычной работы редакции выделяется в самостоятельный цех и притом

выделяется не только по существу, но и по форме, так как корректора всегда или почти всегда (за самыми редкими исключениями) помещаются не при редакции, а при типографии. Однако знание корректуры следует считать безусловно обязательным для всех редакционных работников, не исключая из их числа и постоянных литературных сотрудников. Основания этого требования бесспорны. Дело в том, что внесение поправок в набранный текст—вовсе не редкость,—эти поправки очень часто вызываются и получением дополнительных сведений, и проверкой, специальными сообщениями, и недосмотрами обработчика, наконец, замечаниями редактора и т. д. Внесение их на гранки без соблюдения правил корректуры, по способу обработки, например, т.-е. без вынесения ошибок на поля, чрезвычайно затруднит и корректоров, и наборщиков, и корректурщиков. Или придется перетиснуть снова гранки с неправленного набора и переносить все авторские и редакторские поправки на них, одновременно производя первую корректуру, уже проведенную, или же, если дать сразу авторские правки наборщику-корректурщику, придется вызвать целый ряд справедливых нареканий наборной, затянуть время правки набора и притом без всякой гарантии за точность исправлений.

П о д ч и т к а. Поскольку корректура должна сводиться к сличению оригинала с оттиском набора, корректор для внесения поправок в оттиск нуждается в помощнике, задача которого сводится к чтению вслух оригинала с отчетливым произнесением не только слов, но и наименования всех знаков препинания. Корректор читает оттиск и попутно исправляет на нем все опечатки. Возможна, конечно, и другая система работы, более кстати распространенная в наших газетах, а именно: корректор читает вслух по оттиску, правит литерные

и иные опечатки, а подчитчик следит по оригиналу за соблюдением пунктации автора и за „козлами“, т.-е. пропусками, допущенными наборщиком. Эта последняя система имеет некоторое преимущество в том отношении, что корректор не торопится поспевать за чтением подчитчика, но вместе с тем она несовершенна потому, что самый процесс чтения вслух разбивает внимание корректора и нарушает даже самую основу корректорского чтения—по отдельным буквам и знакам. В общем же выбор той или иной системы следует всецело предоставить самим корректорам, ибо непререкаемых правил в данном вопросе не существует. Что же касается газетных работников, по тем или иным причинам вынужденным вести корректуру, то для них предпочтительнее первый способ, т.-е. чтобы подчитчик читал оригинал.

Техника корректуры. Самая техника корректуры должна точно соответствовать техническим приемам типографского корректурщика, т.-е. того наборщика, которому приходится исправлять набор по корректорским гранкам. Поэтому корректор не должен править ничего в тексте,—все замеченные опечатки и их исправление он должен выносить на поля, — это первое и основное правило: наборщик совсем не обязан читать весь текст там, где дело идет об исправлении или замене одной буквы. При вынесении опечаток на поля, он пробегает только их, берет из кассы те знаки, которые указаны на полях гранки в качестве правильных и затем, следя за знаками корректора, меняет неправильные знаки на правильные, т.-е. вынимает шилом ненужный знак и вместо него вставляет тот знак, который указан корректором (в машинном наборе меняется вся строка). Второе правило, вытекающее из первого, сводится к тому, что вынесенным на поля исправлениям должны соответствовать какие-то указания и в тексте, иначе самое

исправление окажется немыслимым. Эти сигналы или указания должны быть понятны наборщику так же, как и знаки обработчика,—в противном случае они наборщику ничего не дадут и его только запутают. Наконец, общее правило всей газетной работы — разборчивость почерка и аккуратность—в работе корректора занимает основное центральное место.

I. КОРРЕКТОРСКИЕ ЗНАКИ.

Знаки, которыми корректор сигнализирует наборщику об ошибках, в качестве незыблемых по начертанию существуют лишь в мыслях составителей руководств по корректуре. Практически каждый корректор для замены букв пользуется собственными знаками, нисколько не затрудняя этим наборщика. Исключение составляют общепринятые знаки:

Z абзац.
⌣⌢ в подбор (уничтожить абзац).
ʒ выбросить совсем.
8 перевернуть букву.
I раздвинуть.
⁀‿ соединить.
√ вставить пропуск.
═ под литерой — набрать прописным, над литерой — строчным.
--- под строкой — взять курсивом или черным.
═══ под и над строкой — выровнять строки.
...... под строкой — зачеркнуто по ошибке, восстановить.

Часть этих знаков вполне тождественна с теми, которыми в своей работе оперирует обработчик. Это вполне понятно, — нет никакого смысла усложнять ра-

боту наборщиков, давая для обозначения того же действия различные сигналы.

Кроме этих знаков, общих для всех типографий, корректору приходится пользоваться и другими, применяемыми для указания на необходимость замены неправильно поставленной буквы или знака препинания. Обычным знаком, служащим для этой цели, является вертикальная черточка, которая ставится на место неправильной буквы в тексте и рядом с которой на поля выносится та буква, которую следует поставить. Однако, поскольку в одной строке может встретиться несколько опечаток, и при наличии одинаковых обозначений их наборщику трудно будет разобрать, к какой именно из опечаток отнесена та или иная черта, вертикальные черточки снабжаются еще и горизонтальными, например:

| ⌊ ⊧ ⊨ ⊤

Здесь, конечно, корректору предоставляется полный простор.

Наконец, зачастую встречаются случаи как в первой, так равно и в ревизионной корректуре, а иногда и на оттисках, полученных с машины,—неясность, неразборчивость шрифта или плохая видимость его. Все эти погрешности печати корректор, даже не знающий сам не только способа их исправления и их причины, обязан все же указать типографии, для чего он все подлежащее улучшению место обводит кружком, даже не вынося его на поля.

II. КАК ПОЛЬЗОВАТЬСЯ ЗНАКАМИ.

Возникающие в процессе пользования знаками технические вопросы обычно разрешаются лишь применительно к практике той или иной типографии, в кото-

рой приходится работать корректору. Однако, как и в каждой работе, в работе корректора есть и ряд общих правил, а именно:

1. Как ставить знаки. Как уже было сказано выше, корректорские исправления выносятся на поля, причем в самом тексте отмечается подлежащая исправлению опечатка. Иными словами, если корректор обнаруживает, что в строке в каком-либо слове вместо „а" поставлено „б", он зачеркивает вертикальной чертой „б" в строке, ставит на полях такую же вертикальную черту и рядом с ней — „а". Знаки, не требующие замены букв, например, абзац, раздвинуть, соединить и т. п., так же ставятся в строке и выносятся на поля, так как наборщик смотрит в текст лишь после того, как увидел на полях сигнал корректора.

Поскольку в каждой строке может встретиться целый ряд опечаток, особенно при ручном наборе, корректор должен стремиться к разнообразию своих знаков, чтобы наборщику сразу было ясно, к какой опечатке какой знак относится.

При исправлениях опечаток в концах слов, если неправильно поставлена предпоследняя или вторая от конца слова буква или если та или иная из них пропущена, в целях наибольшей точности корректуры иногда рекомендуется обозначать весь конец слова, т.-е. последние три-две буквы, как неправильные, и на полях давать конец слова в правильном виде, помечая весь конец слова одним значком, например:

электрифика ⊣ ⊣ ция

2. Ведущие линии. При некоторых особенно ответственных оригиналах, например, в таблицах, математическом и цифровом наборе, корректора применяют так называемые ведущие линии, т.-е., не ограничиваясь

обычным знаком, ошибку текста и исправление на полях соединяют особой линией, чтобы наборщику облегчить труд разыскивания исправлений. Подобного рода прием в газетной корректуре едва ли можно приветствовать, хотя бы по одному тому, что опечаток бывает довольно много и соединение их с исправлениями при помощи ведущих линий в конце-концов превращает корректурный оттиск в такую паутину, в которой наборщику гораздо легче запутаться, чем разобраться.

Однако, если нельзя рекомендовать применение ведущих линий в первой корректуре и вообще при корректировании гранок, появление их при корректуре полос можно только приветствовать, ибо, во-первых, ошибки в полосах уже представляются исключением, а во-вторых, при большом пространстве, занятом текстом, и небольших полях очень трудно бывает исправления выносить против ошибок, — эти исправления помещаются и на нижнем поле, и на правом, и на левом, и на верхнем, в зависимости от пространства и размера исправления. В данном случае применение ведущих линий, конечно, труд наборщика значительно облегчает.

Кроме того, ведущие линии вполне правильно применяются в тех случаях, когда в наборе встречается „козел“, т.-е. значительный пропуск, допущенный при наборе. В таком случае от знака пропуска в тексте, от так называемой „птички“ следует дать ведущую линию с тем, чтобы ею окружить всю необходимую вставку, — это так же облегчит наборщика, ибо резко отделит всю вставку от других пропущенных слов и знаков, которые могут встретиться на том же поле.

3. Четкость корректуры. Все те указания, которые были сделаны по поводу четкости знаков обра-

ботчика, в еще большей мере относятся к корректуре. Если в наших редакциях обработка и вообще подготовка литературного полусырья к набору не всегда является весьма спешным делом, то этого же отнюдь нельзя сказать про процессы типографские, — типография всегда спешит. Малейшая неаккуратность корректора в лучшем случае отнимет время у наборщика, в худшем же, — а худший случай здесь является и обычным, — породит вместо исправления новую ошибку.

Для облегчения труда наборщика корректору надлежит все свои знаки писать как можно мельче и вместе с тем отчетливее. Крупные знаки мешают наборщику так же, как и всякий небрежно поставленный знак: знаки надо выносить на оба поля корректурной гранки с таким расчетом, чтобы, во-первых, каждый знак стоял как раз против исправляемой строки и, во-вторых, чтобы на левую сторону выносились те опечатки, которые содержатся в левой же половине строки. Верхнее и нижнее поле следует беречь и применять их лишь в крайнем случае для вынесения „козлов". У неаккуратного корректора знаки висят в воздухе между двух строк, и наборщику приходится напрягать свое внимание для того, чтобы определить нужную строку,— так же приходится затрудняться наборщику и при крупных знаках корректора: поскольку они с самого начала вылезут за первую строку, постольку к средине гранки очень трудно будет поймать их направление. Наборщик при правке корректуры читает ее обычным способом, т.-е. начиная с левого поля по значку ищет ошибку в левой половине строки, затем продвигается направо и оттуда, с вынесенного на правом поле значка возвращается опять влево к средине строки. Таким образом, если значок относится к левой половине

строки, а вынесен на правое поле, он уже затрудняет работу наборщика.

Не малое значение для четкости корректуры имеет орудие корректора. Как общее правило, корректура простым карандашом вообще недопустима, причем этот запрет технически вполне обоснован: бумажные гранки, на которых тискается ручным способом газетный набор, перед тисканием слегка смачиваются или же до тискания хранятся в сырой плотной материи. Если корректор попытается править такую гранку простым карандашом, он увидит, что даже самый мягкий карандаш рвет сырую бумагу, не давая все же четкого знака. Если же корректировать уже сухой оттиск, все равно карандаш сохранит свои недостатки: твердый графит дает слишком слабые линии, мягкий — слишком скоро тупится и начинает мазать. Наконец, наборщики работают не в перчатках, а сквозь пятна от типографской краски или масла от наборных машин карандашные знаки уже совершенно не видны. Поэтому во всех типографиях при корректуре обязательно употребление чернил, причем можно рекомендовать чернила цветные (только не красные), как наиболее резко выделяющие исправления и корректорские знаки из текста; кроме того, цветные чернила обычно гуще простых и дают возможность более четких исправлений, не расплывающихся на той плохого качества бумаге, на которой тискается газетная корректура.

4. Согласно с оригиналом. Все редакции должны установить строжайшее правило: для корректора высшим и единственным авторитетом должен быть оригинал. Если даже в оригинале допущены ошибки, они должны перейти в текст газеты, — за это отвечает обработчик, а не корректор. Это правило должно соблюдаться корректорами так же и применительно к ошиб-

кам или недосмотрам обработчика в области языка типографии, — корректор должен сверять оттиск с оригиналом и только.

Это правило чрезвычайно важно по следующим соображениям: во-первых, только при строгом соблюдении его можно добиться действительно аккуратной работы обработчиков; во-вторых, только при помощи этого правила редакция может гарантировать, что газетные заметки, статьи и фельетоны будут напечатаны в том виде, в каком хотела их видеть редакция, — в наших газетах нередки случаи, когда корректора, не предполагая умышленного превращения литературного языка в жаргон, например, в беллетристическом фельетоне, в живой заметке рабкора, в прямой речи того или иного оратора правят эту речь, эти обороты, применительно к привычному газетному языку, уродуют форму, язык, извращают смысл и все это проделывают с лучшими намерениями, но совершенно забывая о своей обязанности и о том путеводителе, который для них должен быть единственно непререкаемым авторитетом во всех вопросах, — об оригинале.

Таким образом соблюдение указанного правила должно быть непременным условием работы корректора, ибо ответственным за внешность и содержание газеты корректор является только в том случае, если он отступил от оригинала, а не тогда, когда он этого оригинала буквально придерживался, какими бы ошибками последний ни изобиловал.

5. Учет места. Вопрос пространства — основной вопрос набора: строка даннной длины допускает в свои пределы лишь строго определенное количество знаков. Больше знаков, чем вмещает строка, поставить, разумеется, нельзя. Меньше поставить — физически возможно, но ценой придания строке явной уродливости.

Следовательно, при допущенных наборщиком пропусках или произвольных вставках, т. - е. при выброске или вставке слов во время корректуры, корректору приходится считаться с освободившимся или требующимся местом. Поэтому при выбросках или вставках всегда следует вести точный учет букв, прибавляющихся или убывающих из набранной заметки, причем, если добавляется на строку одна-две буквы, их можно вставить за счет интервалов между словами; если приходится выкинуть две-три буквы, за их счет еще можно увеличить интервалы между словами, но при большем количестве букв эти меры уже никак не достигают своей цели, и наборщику, правящему корректуру, приходится перебрасывать слова из строки в строку, иными словами, перебирать ее в той или иной части, обычно до абзаца. Опытный корректор в таких случаях может добиться некоторого облегчения труда наборщика, стремясь уложить в рамки искаженного наборщиком слова слово правильное или из пропущенных слов создать целую строку. В таких случаях, во имя спасения газеты от запоздания, вызываемого перебором целого абзаца, корректор может на свой страх и риск допустить отступление от оригинала, если он будет твердо уверен, что своим отступлением не нарушает смысла и стиля заметки.

Линотипный набор во всех отношениях для корректуры гораздо труднее и сложнее, чем набор ручной, ибо одна ошибка в строке требует уже перебора всей строки, причем корректор никогда не может быть уверенным в том, что, исправляя одну ошибку, наборщик не сделал в той же строке двух новых. Поэтому, как общее правило, в линотипном наборе все ошибки правятся только по первой корректуре, в корректуре же ревизионной можно и должно править литерные

опечатки, можно править знаки препинания в той мере, когда их требуется убрать, но совершенно недопустимо проставлять опущенные запятые, ибо это исправление может причинить газете гораздо больше вреда, чем пользы, так как из за восстановленной запятой в строке может оказаться две-три литерных ошибки: корректура полос дается уже ночью, по окончании верстки, когда внимание наборщиков уже утомлено и когда, следовательно, опечатки становятся чаще, чем в дневное время; после ревизионной корректуры полосы не тискаются,— корректор проверяет вновь набранные строки прямо по линотипной строке, а так как корректора к этому времени утомляются не менее, чем наборщики, то возможность пропуска ошибки во вновь отлитой линотипной строке, к тому же читаемой без оттиска, весьма и весьма вероятна.

6. Осторожно с интервалами. Газетному корректору очень часто приходится встречаться в первой же корректуре с неправильными интервалами между словами и притом не только в разных строках, но порой и в одной и той же строке. Неопытный корректор (а к числу таких именно корректоров относятся почти все редакционные работники — заведующие отделами, редактора, обработчики и т. п.) сразу же начинает править эти интервалы, упуская из вида, что они очень редко бывают результатом небрежности наборщика и очень часто вытекают из технической необходимости и являются спасением от неправильных переносов или от чрезмерно частых переносов, газетную полосу далеко не украшающих. Надо иметь в виду, что техника газетного набора по самой природе своей допускает значительные отступления от общеустановленных правил выключения строки, переноса, разбивки и т. д., причем эти отступления являются вполне легальными

и законными с точки зрения наборного искусства, а нередко даже доказывают наличность этого искусства у наборщика, допустившего отступления от правил.

Поэтому, прежде чем приступить к правке интервалов между словами, следует чрезвычайно внимательно изучить не только ту строку, в которой замечена неправильность интервалов, но и предыдущую строку, и строку последующую. При таком изучении нередко окажется, что всякая попытка „исправить“ интервалы на деле должна привести к весьма печальным результатам вроде абсолютно недопустимых переносов, переносов одной гласной буквы или двух согласных, или даже вообще одной последней буквы.

III. ОСОБЫЕ ОШИБКИ НАБОРА.

Кроме обычных литерных ошибок, наборщики зачастую допускают особые технические погрешности, исправление которых также лежит на обязанности газетного корректора.

1. Кривая строка. Кривизна строки машинного набора обычно зависит от изношенности машины, так что в этом случае ни наборщик, ни корректор сделать ничего не могут. Но если кривая строка появляется в ручном наборе, корректор сразу может сказать, что она — результат небрежности наборщика, а потому подлежит исправлению, так как, помимо просто неприятного впечатления, создает еще и значительные трудности при верстке.

2. Нечистый отпечаток. Отпечаток, в котором не все буквы полностью видны, может быть результатом как изношенности шрифта, плохой очистки линотипных строк, так равно небрежности тискальщика или плохой краски. Но, поскольку корректору причина нечистого

отпечатка неизвестна, он должен эту нечистоту в корректуре отметить, так как сплошь и рядом нечистый набор из-под матрицы уже перейдет в стереотип в виде совершенно неразборчивом — в виде марашки или даже сплошной „икры“.

3. Перепутанный шрифт. Наличие разного размера и рисунка шрифтов в одной и той же строке или в одной и той же заметке при машинном наборе — явление чрезвычайно редкое и, конечно, сразу бросится в глаза, тем более, что происхождение его в таком случае чрезвычайно легко определить,—возможны только целые строки другого шрифта, когда наборщик, набиравший данную заметку, получил для спешной корректуры другую, набранную иным шрифтом, и после правки корректуры забыл почему-либо переставить магазин. Но, повторяем, это случай чрезвычайно редкий. Гораздо чаще перепутанный шрифт встречается при ручном наборе и притом встречается не по вине наборщика: причина этого обычно лежит в наборной кассе, шрифт которой при разборе, при подготовке кассы был спутан. Вполне понятно, что наборщик при быстрой работе не может отличить литеры разных шрифтов, конечно, если они того же размера. Корректору подобную ошибку также нелегко поймать, тем более, что газетные шрифты, кроме титульных, чрезвычайно схожи по рисунку, особенно если эти шрифты не первой свежести. Петит, да и корпус ренато, если он сильно сработался, только опытным и наметанным глазом можно поймать среди медиоваля или карины. Поэтому корректору приходится напрягать зрение до крайности, чтобы не пропустить такого рода ошибку.

Здесь может возникнуть вопрос, зачем же искать так тщательно такую ошибку, которую не сразу поймает не только читательский, но даже и самый опытный

глаз. В том-то и дело, что подобные ошибки трудно различимы в корректуре, в оттисках, сделанных ручным способом и притом наспех, в отпечатанной же газетной полосе такого рода ошибки будут уже бросаться в глаза всем читателям, производя впечатление крайней неряшливости.

4. Перевернутые буквы. Эту ошибку, конечно, легко заметить, так как в русском алфавите какие бы то ни было сомнения могут возникнуть в газетных шрифтах лишь относительно очень немногих букв, — „н", „о", „ж", „х", „ф" — и только. Но и эти буквы сразу проявляют свое ненормальное положение, так как, будучи перевернутыми, они никак не станут ровно в строке, а обязательно будут выделяться из нее либо вверх, либо вниз.

5. Типичные литерные ошибки. К числу типичных литерных ошибок следует отнести такие, которые вытекают из неприспособленности оригинала к особенностям набора. Так, весьма часты пропуски или, наоборот, повторения целой строки в том случае, если две смежных строки оригинала начинаются с одного и того же слова или перенесенного из предыдущей строки слога: наборщик, замечая набираемую строку по начальным буквам, легко может их спутать. Точно так же легко наборщику спутать строки, в середине которых повторяется одно и то же слово. Кроме того, зачастую линотиписты заменяют одно слово другим, похожим по произношению и равного размера со словом оригинала, или вставляют лишнее слово, но не нарушающее смысла. Это происходит оттого, что линотиписты обычно читают целую строку и набирают ее уже наизусть. Ручному набору такие ошибки мало свойственны.

ВЕРСТКА.

Все заметки, статьи, объявления, весь газетный материал написан, проверен, обработан, снабжен заголовками, набран типографией, проверен корректорами и исправлен наборщиками, — редакционный день как будто кончен. Но газеты еще нет, нет не только готовых газетных листов, нет еще и типографского облика газеты, — весь набранный материал лежит разрозненными кусками на талерах типографии, в редакции — куча гранок.

Для того, чтобы из этого полуфабриката приготовить газету, их надо свести воедино, уложить в определенной системе в то, что читатель увидит в форме столбцов, из этих столбцов надо сделать опять-таки по определенной системе полосы, причем все это проделать надо так, чтобы облегчить труд читателя. Вот этот процесс сводки всего разрозненного газетного материала в одно целое и носит техническое название **верстки**, являясь комбинацией редакционных и типографско-технических процессов.

Теоретически чрезвычайно трудно определить — редакционная ли работа верстка газеты или типографская, — настолько тесно сплетаются оба процесса. Практически же, как и во всем газетном производстве, главенствует редакция, и версткой обычно руководит ответственный редакционный работник — ночной редак-

тор газеты, в помощь которому придается от редакции выпускающий и от типографии метранпаж.

Роль, которую играет верстка в производственном газетном процессе, настолько велика, что сплошь и рядом ее можно назвать даже решающей успех газеты. Правда, читатель порой даже не знает о том, что внешний вид газеты придан ей чрезвычайно сложной работой выпускающего, — он так же просто относится к внешности газеты, как и к внешности человека, — костюм человека только тогда бросается в глаза, когда он не соответствует общему привычному виду. То же и с версткой,— ибо верстка — это костюм газеты, та ее одежка, по которой газету встречает читатель. Между тем в большинстве редакций к верстке относятся как к неизбежному злу, поручают ее не специалистам, не занимаются теоретической проработкой основных вопросов верстки и вообще считают весь ее процесс процессом скорее неминуемым, чем необходимым. И в то же время те же редакции, издавая в качестве приложений к газете еженедельные иллюстрированные журналы, на верстку последних обращают исключительное внимание, не только приглашают, но и выискивают специалистов, любящих и знающих это дело. Вопросы делания журналов, т.-е. техники их выпуска и верстки, являются для всех редакций вопросами чрезвычайно актуальными, над которыми журналисты работают не за страх, а за совесть. Верстка же газет носит характер какой-то странной помеси вынужденной торопливости с самой явной и неприкрашенной халтурой необоснованного „стандарта“.

Главной и основной задачей верстки газеты является наиудобнейшее для читателя расположение материала в газетных полосах, притом удобнейшее не только с точки зрения нахождения материала, но и усвоения его. Из этой первой задачи вытекают и другие: выделить,

разрекламировать те сообщения, которые прежде всего должны, по мнению редакции, быть прочитанными, сделать полосы по внешнему виду привлекательными для читателя путем систематического расположения заметок в зависимости от их размера и значения и, наконец, добиться рекламной выигрышности первой полосы газеты, как той витрины, которая привлекает глаза потребителя.

I. КАК ВЕРСТАЕТСЯ ГАЗЕТА.

Прежде, чем приступить к изучению основных проблем верстки, следует рассмотреть те технические процессы, которые ей предшествуют, а равно и те, при помощи которых она ведется, ибо весь успех и все достижения верстки зависят, в первую очередь, от технических возможностей и от тех условий, в которых она протекает в целом.

Кто верстает газету. Практически газету верстает опытный типографский работник, обычно метранпаж, под руководством специального сотрудника редакции — выпускающего, который в свою очередь работает по директивам ночного редактора — специального или ответственного редакционного сотрудника, исполняющего обязанности ночного редактора там, где ночного редактора нет. В крупных газетах отдельные полосы или предназначенные для отделов части полос верстаются редакторами отделов, которые проделывают для выпускающего всю предварительную работу и дают ему возможность быстрее выполнить общую задачу, оперируя уже не мелкими заметками, а заранее подобранными группами их.

Выпускающий начинает свою работу с того момента, когда набранное количество материала позволяет прак-

тически приступить к верстке. Поскольку в наших условиях материал для набора поступает в типографию в течение всего дня, верстка делается фактически возможной лишь к вечеру в утренних газетах и рано утром — в вечерних. Прежде всего выпускающий получает гранки тиснутого набора и сортирует их по полосам в зависимости от характера материала, его значения, принадлежности к тому или иному отделу, специальных отметок редакторов отделов или секретариата редакции. Проделав эту предварительную работу, выпускающий направляется в типографию и руководит метранпажем, который согласно разметке выпускающего укладывает набранные заметки в рамы, образующие собою полосы газеты.

Задачи выпускающего. Задача выпускающего — в систематическом порядке расположить в полосах весь набранный или предназначенный для текущего номера газеты материал — чрезвычайно сложна технически. Прежде всего сплошь и рядом во всем номере не найдется двух заметок, равных по размеру. Например, две заметки, судя по их заголовкам и общему содержанию, должны быть поставлены рядом, но обе они совершенно различной длины, и перед выпускающим вырастает новая задача во имя спасения симметрии—либо уничтожить мешающую часть заметки, либо подверстать ее на втором столбце. Другая заметка как будто вполне подходит к предназначенному дле нее месту, но оставляет пустоту в несколько строк. Опять задача — разбить ли эту заметку на шпоны, или же пустое место занять мелкой заметкой, хотя бы и не вполне соответствующего данному столбу содержания. Подобного рода затруднения едва ли можно даже перечислить, настолько они многообразны. Но ведь, кроме затруднений, вызываемых размерами заметок, перед выпускающим вырастают

и другого порядка трудности, — трудности, зависящие от необходимости расположить весь материал применительно к указаниям редакции, систематизируя его по содержанию. Нужно ли говорить о том, что при любой успешности работы выпускающий на следующий день далеко не гарантирован от недовольства редакторов отдела и секретаря редакции, которые обязательно заинтересуются: на каком таком основании эта заметка загнана на четвертую полосу, тогда как вторая полоса забита ерундой.

Однако и этого мало. Вся сложность работы выпускающего будет понятна только тогда, когда каждый из газетных работников вполне усвоит себе всю спешность его работы. Выпускающий, не в пример всем другим редакционным работникам, не имеет фактической возможности переделать свою работу и не только потому, что всякая переделка вызовет бурный и вполне основательный протест со стороны типографских работников, но и потому, что у него не остается времени для переделки.

Все, что он делает, он должен делать очень быстро и притом всегда окончательно. Его работа теснейшим образом связана с работой типографии, его опоздание на десять минут при сдаче полос в стереотип вырастает уже в полчаса, а к моменту пуска машины — в целый час. Опоздание же на час для газеты во многих случаях означает гибель розницы целого номера.

Разметка. Разметкой называется письменное указание выпускающему о порядке помещения материала и степени его необходимости для данного номера. Такого рода разметки у выпускающего должны быть по всем отделам, не исключая и отдела объявлений, причем отдел объявлений должен свою разметку сдать раньше всех, чтобы не только выпускающий, но и ре-

дакция могли точно учесть количество места, остающегося в номере для редакционного материала. Объявления, идущие на последнюю страницу, обычно верстаются самим метранпажем по разметке отдела объявлений без участия и помощи выпускающего. Объявления же среди текста всецело подчинены выпускающему и ставятся только по его указанию. Отделы сдают свои разметки секретарю редакции, от которого выпускающий получает их с исправлениями и дополнениями вместе с разметкой статейного материала и общими указаниями относительно номера или, если это принято в редакции, с общей редакционной разметкой всех полос. В редакциях крупных газет должен быть ночной редактор, руководящий версткой до момента получения последней строки материала. При наличии ночного редактора, секретарь редакции к началу верстки сдает ему редакцию, т.-е. передает все разметки отделов, указывает общую установку номера и пожелания ответственного редактора, если со стороны последнего имеются какие-либо специальные указания. В редакциях небольших газет желательно установление совещательной системы, т.-е. такой, когда общий план верстки номера составляется совместно редактором, секретарем редакции и выпускающим на основании устных докладов заведующих отделами и их разметок.

Подготовка к окончательной верстке. Все силы сотрудников редакции должны быть направлены к тому, чтобы свести к минимуму ту работу, которая проделывается в последние минуты верстки. Полосы, не содержащие срочного материала, должны быть готовы к стереотипированию задолго до общего окончания верстки, по крайней мере за несколько часов до пуска в машину всего номера. К концу следует оставлять не более двух полос незаверстанными и го-

товыми принять любой срочный материал, хотя бы пришедший в редакцию за десять минут до предельного срока, требуемого для своевременного стереотипирования. Однако и эти полосы не должны представлять собою пустого места до последнего момента, — весь имеющийся набор того материала, который все равно и при всяких условиях должен пойти в номер, следует поставить на место и оставить лишь пустые места для самых срочных сообщений. В тех условиях, в которых живут и выходят наши газеты, соблюдение этого правила вообще не представляет трудности: информационный аппарат редакции за редкими исключениями прекращает работу задолго до конца верстки, и какие-либо внезапные или внеочередные сообщения обычно ожидаются только от ТАСС'а или его отделений. Но поскольку и эти источники информации работают далеко не круглые сутки, ночной редактор всегда заранее по телефону может узнать, будет ли еще материал, какой именно и в каком количестве. Учтя эти последние поступления, он дает указания выпускающему, в каком именно отделе сколько места оставить. Таким образом весь последний материал набирается и прямо уже ставится на предназначенное ему место. В самом крайнем случае, когда дело близится уже к опозданию, а материал задерживается, ночной редактор разрешает оставить „окно“ на второй полосе с этикеткой „в последнюю минуту“, первая полоса заверстывается и сдается в стереотип, вторая тискается для ревизионной корректуры с пустым „окном“, которое и заполняется запоздавшим материалом.

Это „окно“ с „последней минутой“ очень часто и сейчас фигурирует на второй полосе наших газет. Но, к сожалению, оно чаще всего содержит вовсе не самые последние сообщения и знаменует собою не высоту тех-

ники выпускающего, а как раз недостаток этой техники: обычно это „окно“ позволяет видеть лишь тот печальный факт, что выпускающий „заверстался“ и у него нехватило систематизированного материала на всю полосу. Поэтому он прорубает, действительно в последнюю минуту, окно и сыплет в него все остатки телеграмм, пользуясь даже порой телеграфным загоном.

II. ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ВЕРСТКИ.

Изучение вопросов газетной верстки должно итти значительно дальше усвоения технического процесса собирания столбцов в полосы и разрешения задач, связанных с соображениями места. Проблема верстки в целом есть проблема всей внешности газеты, использования тех технических возможностей типографии, которые дают максимальные достижения в этой области.

В виду того, что изучить технику верстки возможно только на практике, присутствуя в течение долгого времени при выпуске и изучая технические приемы выпускающего, в дальнейшем изложении мы попытаемся дать решение лишь тех общих проблем верстки, изучение которых даст возможность редакции и выпускающему улучшить внешность газеты в интересах как самой газеты, так и ее читателей.

А. Первая полоса.

Верстку первой полосы следует рассматривать, как самостоятельную проблему в виду исключительно броского и зрительно выгодного ее положения. Поэтому, хотя соображения стиля и симметрии требуют, чтобы все полосы газеты были сверстаны по принципу верстки первой полосы, тем не менее совершенно очевидно, что

верстка первой полосы все же значительно сложнее и индивидуальнее, чем верстка остальных полос.

I. Основной шрифт. Выбор основного шрифта газеты — это одна из первых проблем всей ее внешности. Выбор этот следует производить в отношении не только кегля шрифта, т.-е. его размера, но и в отношении рисунка его, причем решающее значение при таком выборе должны иметь соображения четкости, емкости и наилучшего зрительного впечатления. Практически выбор этот для больших газет весьма ограничен теми гарнитурами, которые имеются для линотипов.

Рядовой читатель, наверное, заявил бы, что вся и все вообще газеты набираются одним и тем же шрифтом. Конечно, это далеко не так: хотя большинство наших газет в качестве основного шрифта применяет корпус, но самый рисунок его, конечно, чрезвычайно однообразен уже по одному тому, что многие газеты пользуются еще ручным набором. В качестве дополнительного шрифта у нас применяется боргес и петит. В заграничных газетах едва ли можно где-нибудь встретить шрифт крупнее петита, да и то лишь для передовых статей или особо важных заметок, — весь остальной текст набирается или нонпарелью или даже перлем. Наш массовый читатель не настолько привык к чтению, чтобы газеты имели возможность злоупотреблять мельчайшими шрифтами, хотя бы от этого и получалась значительная экономия места, — поэтому многие провинциальные газеты для наиболее важных сообщений или для передовиц применяют цицеро, хотя этот шрифт в качестве текстового уже становится редкостью.

Рисунок основного набора так же является немаловажной проблемой внешности газеты, более того, именно от рисунка эта внешность и зависит в большей степени, чем от размеров шрифта, ибо рисунком шрифта решается

вопрос об общем тоне полос или об их контрастности при тонком рисунке основного набора и жирном шрифте заголовков получается резкий контраст между текстом и заголовком, заголовки бросаются в глаза, издали выделяясь на мягком фоне. При плотном основном наборе и полужирных или тонких заголовках полоса носит общий тон.

II. „Игра шрифтов“ в основном наборе. Крупные наши столичные газеты обычно набирают весь редакционный материал установленным для него шрифтом, — провинциальные же путем игры шрифтов выделяют наиболее важные статьи и заметки из общей массы. Для крупных газет отказ от игры шрифтов обычно диктуется только техникой набора: наборные машины почти не дают возможности шрифты разнообразить без задержек в работе типографии. Там, где типография мощнее, чем это требуется издающейся в ней газетой. можно, конечно, давать в одном и том же номере различный машинный корпус — узкий, ренато, широкий. Но таких типографий и таких газет слишком немного. Поэтому крупные газеты в случаях необходимости выделить то или иное сообщение могут прибегать лишь к весьма ограниченным приемам, а именно: или набирать заметки прописным, или древним (для ренато — курсивом) или же в разбивку. Однако все эти три способа едва ли следует признать удачными: как прописные литеры, так и древний шрифт слишком резки по сравнению с общим набором, и выделение при помощи них оказывается несоразмерным, выделение же при помощи набора в разбивку затрудняет наборщиков и замедляет набор. Поэтому приходится прибегать к другим способам а именно выделять заметки тем же шрифтом, но или при помощи разбивки строк на шпоны, или же набором заметки на две колонки, „в стык“.

Для газет провинциальных, у большинства которых машинный набор является лишь набором подсобным, дело выделения заметок шрифтом, „игра шрифтами“, конечно, значительно легче, ибо ручной набор и его шрифты гораздо разнообразнее.

В общем же систему выделения заметок путем изменения рисунка обычного шрифта едва ли можно приветствовать, тем более, что на практике она ведет обычно к непередаваемой пестроте газетной полосы: в настоящее время начинает брать верх стремление к единой гарнитуре всех шрифтов, т.-е. к единообразию рисунка их.

III. Шрифты в заголовках. В общих чертах о шрифтах для заголовков было уже сказано в соответствующей главе. Здесь надлежит лишь указать, что американские газеты в этом отношении давно уже перешли границы здравого смысла и от цицеро и терции перешли в одностолбцовых заголовках на квадрат и даже полутораквадратный шрифт. Конечно, подобного рода крайность едва ли может быть рекомендована кому бы то ни было, — нормальный размер шрифта для заголовка колеблется в пределах от 20-ти до 36-ти пунктов, причем, в отличие от основного шрифта, здесь можно рекомендовать и разнообразие шрифтов по рисунку с соблюдением, однако, единообразного шрифта по этажам, т.-е. с тем, чтобы все первые этажи набирались одним шрифтом, вторые — другим, третьи — третьим и т. д. В практике наших газет редко теперь встречаются одноколонные заголовки, — злоупотребление двухколонной версткой вообще у нас стало явлением хотя теоретически и неоправдываемым, но тем не менее бытовым. Впрочем, и здесь значительную роль играла до сих пор типографская техника: при отсутствии четырехмагазинных линотипов, лишь в недавнее

The New York Times.

HOUSE PASSES THE McNARY-HAUGEN BILL AS IT CAME FROM THE SENATE, 214 TO 178; MEASURE NOW GOES DIRECT TO PRESIDENT

FORCED BACK ... MILES ... SHANGHAI BASE

CITY REGULATION OF TAXICAB LINES ASKED AT ALBANY

KING'S HENCHMAN HAILED AS BEST AMERICAN OPERA

COOLIDGE CONFERS ON NEXT ARMS MOVE

время появившихся в наших типографиях, заголовки всегда набирались ручным способом. Ручные же шрифты вообще тем удобнее для набора, чем они круглее. Поскольку же круглый шрифт занимает много места, одноколонный заголовок вынужден был уступить место двухколонному. В настоящее время наблюдается уже некоторый, весьма, правда, незначительный сдвиг в сторону здравого смысла и, подстегиваемые техникой, наши газеты начинают вспоминать о том, что нормальный размер заголовка, нормальная верстка газеты — в одну колонку.

Для двухколонных заголовков у нас пользуются по преимуществу гермесом или каменным, для одноколонных — гротеском, готиком и т. п. Комбинация круглых и узких шрифтов в заголовках может дать наибольший эффект при любом размере самого заголовка, тем более, что правильно подобранных гарнитур одного шрифта на все нужные кегли у нас чрезвычайно трудно добиться.

Как уже говорилось в главе о заголовках, количество этажей их зависит исключительно от стремления к той или иной мере разнообразия, причем условия места в газете заставляют большинство газет отказываться от многоэтажных заголовков. Кроме того, количество этажей зависит, конечно, и от той категории читателей, на которую рассчитывает данная газета: газета широко массовая, газета для низового читателя должна давать в деле построения заголовков максимум предприимчивости; газеты же, рассчитанные на читателя более квалифицированного, должны пользоваться заголовками короткими, но более резкими и четкими по содержанию.

Общие правила применения заголовков, вытекающие из проблемы внешности газеты, сводятся к следующему:

1. Не следует увлекаться заголовками до такой степени, чтобы создать особый тип читателя, не читающего текста, а довольствующегося одними заголовками.

2. Не следует допускать в обычных заголовках шрифт, крупнее 36-ти пунктов.

3. Чрезмерное разнообразие заголовков порождает или путаницу, или же ведет к однообразию полосы; выделение на каждой полосе не более двух заголовков является единственным верным средством выделить что бы то ни было.

4. Каждая заметка, каждая телеграмма, каждая группа телеграмм или заметок должна иметь настоящий заголовок, а не ограничиваться ничего неговорящими этикетками: „отовсюду", „по городу", „хроника", „телеграммы" и т. п.

5. Нельзя ставить заметки с однообразными заголовками рядом — оба заголовка будут убиты.

6. Чрезмерное разнообразие в заголовочных шрифтах режет глаз, а не привлекает его.

7. Заголовки не должны быть скучены в верхней части полосы, иначе нижняя ее часть будет казаться совершенно лысой.

Не менее сложной проблемой является пользование подзаголовками. Несомненно, что подзаголовки облегчают чтение газеты, но вместе с тем они нарушают внешнюю последовательность развития заметки. Многие системы заголовков и основных шрифтов, тщательно проработанные для создания определенной системы размещения заметок, были сведены к нулю именно введением подзаголовков, нарушающих тот общий фон, на котором только и возможна игра заголовками, игра началом заметки.

Если подзаголовки применяет газета массовая, она должна их давать выпукло, пользуясь жирными шриф-

тами, употребляя как прописные, так и строчные буквы. Газеты же, рассчитанные на читателя квалифицированного, стремящиеся не разнообразить полосу, а лишь облегчать чтение длинных заметок, отмечать длинную паузу, должны подзаголовки давать тем же шрифтом, каким дан основной текст и притом „своим“, а не черным, пользуясь лишь для выделения заголовка прописными буквами.

IV. Количество редакционных единиц. Не только рядовые читатели, но (не к чести их будь сказано) даже и большинство редакционных работников не имеют ни малейшего представления о том, что газеты различного типа разнятся между собой не столько разнообразием шрифтов и заголовков, сколько количеством редакционных единиц в каждом номере даваемых, т.-е. статей, заметок и телеграмм. С точки зрения внешности газеты, особенно важно количество редакционных единиц, даваемых на первой полосе. Некоторые газеты считают, что их читатели должны узнать немногое обо всем; другие полагают, что лучше ограничить количество тем, но пополнить развитие их,—та или иная система зависит, конечно, от контингента читателей. Однако для каждой газеты необходимо выбрать ту или иную, так как ни одна газета не в состоянии вместить в свои полосы исчерпывающее изложение всего того материала, который имеется к каждому номеру в ее распоряжении. В исключительных случаях, конечно, редакция может пожертвовать значительной долей всех тем во имя развития одной, наиболее важной для читателя, но в обычных номерах приходится ограничивать или количество тем, или количество материала по каждой теме. Наши газеты обычно идут по первому пути, т.-е. стремятся дать исчерпывающее содержание тех вопросов (немногих, конечно), которые счи-

тают для текущего дня наиболее важными. Эта система чрезвычайно затрудняет верстку, так как заметки или, что в наших условиях существеннее, телеграммы далеко не соответствуют по своим размерам содержанию, и выпускающему приходится напрягать всю свою изобретательность или опытность для того, чтобы уместить все нужные заметки на первой полосе. Правда, у нас найден в этом отношении довольно легкий выход: допустим, имеется чрезвычайно важная или важные телеграммы, касающиеся Англии, Польши и Италии. Выпускающий, — а ему в этом потворствует и редакция,— ставит на первую полосу важнейшие известия из этих стран и подверстывается самыми ничтожными сведениями оттуда же. По поводу этого способа можно заметить лишь, что самый легкий путь не всегда бывает самым правильным... При правильном же разрешении этого вопроса, конечно, нельзя допускать на первую полосу известий, без которых газета вообще легко может обойтись, — первая полоса должна быть оставлена для важнейших известий, а таких всегда и в каждой газете можно найти достаточное количество.

В наших условиях, когда первая полоса всех газет обычно содержит и часть статейного материала, для удобства верстки, для улучшения внешности газеты можно рекомендовать как раз иной способ, то-есть предоставление первой полосы для максимального количества редакционных единиц. Такой способ, с точки зрения внешности, во-первых, спасает полосу от неизбежных лысин внизу, во-вторых, дает ей необходимое для благоприятного зрительного впечатления разнообразие, в-третьих же, дает возможность выпускающему легко оперировать с материалом.

V. Перенос заметок на другую полосу. Вопрос о допустимости переноса заметок с первой

полосы на следующие в практике наших газет никогда не решался теоретически, — его решал обычно сам выпускающий в зависимости от того, сколько редакционных единиц по разметке секретаря редакции должно итти на первой полосе. Поскольку секретарь редакции или вообще тот редакционный работник, который размечает первую полосу, не учитывает обыкновенно ее емкости, сплошь и рядом оказывается, что указания разметки точно выполнить невозможно. Вот тут-то и приходит на помощь выпускающему возможность переноса части материала с первой полосы на вторую или даже на третью с указанием на то, что „продолжение следует“ в конце той части заметки, которая уместилась на первой полосе. Конечно, из подобного рода практики, основанной на технических недочетах редакционного аппарата, делать какие бы то ни было теоретические выводы нельзя. Между тем вопрос о переносах с первой полосы имеет весьма серьезное значение и должен решаться не столько с точки зрения удобства выпускающего, сколько с точки зрения выгодности его для газеты вообще, для ее внешнего вида, в частности.

Какую цель преследует редакция переносом заметок с первой полосы на последующие? Этих целей две: во-первых, при такой системе все важнейшие сообщения попадут на первую полосу и, во-вторых, ни одно из них не будет сокращено из-за недостатка места, не говоря уже о том, что подобная система придает первой полосе значительный интерес и зрительное разнообразие, чрезвычайно вместе с тем сгущая ее содержание. В смысле воздействия на читателя эта система также имеет ряд преимуществ. Прежде всего от такой страницы читатель получает впечатление чрезвычайного богатства материала, затем она ведет читателя на внутренние страницы и, наконец, она приучает его считать

важными не одно или два события за день, а все те, которые вынесены на первую полосу, приучает его, следовательно, интересоваться рядом вопросов, а не одним каким-либо. Конечно, эта система не свободна от некоторых недостатков, из которых главным следует признать технические затруднения, связанные с версткой: поскольку вторая полоса, а порой и последующие в своем материале тесно связаны с первой, являясь в той или иной мере ее прямым продолжением, постольку все изменения, внесенные в последнюю минуту верстки в первую полосу, должны вызывать соответствующие перемены и в остальных полосах. Недостатком второстепенным, но все же недостатком надо признать и то, что читателю приходится прерывать ознакомление с сообщением на самом интересном его месте и переворачивать громоздкую газетную полосу для того, чтобы прочитать продолжение.

Для газет, отвергающих изложенную систему и придерживающихся законченной по полосам верстки, встает та же проблема переноса, но в пределах одной полосы, т.-е. переносов со столбца на столбец. По этому вопросу опять-таки можно придерживаться одной из двух основных систем: или же начинать продолжение с вершины нового столбца, или, наоборот, подверстывать продолжение внизу соседнего столбца, сохраняя верх его для нового заголовка. Первый прием пригоден для газеты, рассчитанной на квалифицированного читателя, прочитывающего газету от строки до строки, вторым рекомендуется пользоваться массовым газетам: если при таких низовых переносах порой и нелегко найти продолжение заметки, зато очень редко бывает, что каждая заметка вообще до конца прочитывается особенно, если она составлена по-газетному и всякий читатель узнает ее содержание из вступления и заголовка.

VI. Иллюстрации в газете. В прежние времена, когда в провинции клише делались почти только из дерева и из линолеума, главным возражением против иллюстраций в газете было соображение дороговизны их. Кроме того, прежний специфический читатель не интересовался иллюстрациями. В настоящее время соображения экономии средств отпадают, так как развитие цинкографии, с одной стороны, и организация специального агентства „Пресс-клише"—с другой, чрезвычайно удешевили процесс иллюстрирования. Соображения же заботы о читателе, несомненно, заставляют наши газеты заботиться и о рисунках того или иного содержания, освежающих внешность газеты и облегчающих ее прочтение. Весь вопрос в настоящее время заключается лишь в характере, количестве и размерах иллюстраций, будет ли это портрет политического деятеля, карта той или иной местности или, наконец, злободневная карикатура. В нашей газетной практике встречаются все три типа иллюстраций, причем за последнее время наиболее стандартизованным типом является ежедневная карикатура на злобу дня. Иллюстрации к заметкам помещаются очень редко, да и портреты политических деятелей встречаются значительно реже, чем карикатура. Объясняется это, конечно, тем, что штриховая карикатура является самой выгодной в зрительном отношении иллюстрацией, с одной стороны, и с другой—она заменяет собою целую заметку сатирического характера.

Что касается размеров иллюстраций, помещаемых на первой полосе, то следует признать, что желательна иллюстрация размером не менее двух столбцов газеты, ибо только этот размер гарантирует ее четкость и разборчивость. Однако соображения симметрии требуют обязательного помещения ее наверху полосы, где она

отнимает место у заголовка важнейшего материала. Мелкие иллюстрации нарушают общее расположение текста, но зато дают полную возможность оперировать ими в смысле подверстки. Большая иллюстрация гораздо капризнее в этом отношении. Так, по чисто зрительному впечатлению, она должна в газете с нечетным количеством столбцов на полосе так же занимать нечетное их количество,—в противном случае вся полоса будет очень неприятно косить. И, наоборот, четное количество столбцов газеты требует иллюстрации в два или четыре столбца, в половину полосы.

Так как всякая иллюстрация играет рекламную роль, ее следует помещать так, чтобы при фальцовке газеты она не пропадала для розничного покупателя, т.-е. ставить ее в верхнем правом углу полосы, хотя это и отражается не без ущерба на текстовом материале.

VII. Выигрышные места в полосе. На первой полосе наиболее выигрышными столбцами являются крайние, так как их текст подчеркивается белыми полями. Самым выгодным местом считается верхний угол правого столбца, так как он не затирается заголовком газеты, виден в витрине киоска и заметка, в нем помещенная, легко переносится в верх левого столбца второй полосы. Вторым по выгодности местом является верхняя часть левого столбца, так как в развернутой газете оно представляет собою начало всей газеты. Остальные столбцы первой полосы почти равноценны с нарастанием выигрышности слева направо.

VIII. Симметрия. Важнейшей проблемой верстки является симметричное расположение бросающихся в глаза пятен в газете, т.-е. сбалансирование заголовков и заметок таким образом, чтобы вся их совокупность была приятна для глаза, в особенности же на первой полосе. Наши газеты такими тонкостями зани-

маются чрезвычайно редко и притом совершенно случайно, строя всю симметрию на четном числе столбцов и двухколонных заголовках наверху страницы, — вся же полоса в целом, даже первая, именно в силу отсутствия продуманной симметрии, производит неряшливое впечатление.

Американские же газеты добиваются благоприятного зрительного эффекта весьма разнообразными способами, применительно к которым их можно разбить на несколько основных групп:

1. Газеты, добивающиеся симметричного расположения заголовков на одной горизонтальной линии.

2. Газеты с фокусной версткой, старающиеся достигнуть общей симметрии полосы наибольшим беспорядком в размещении заголовков.

3. Газеты, ищущие симметрии исключительно в расположении сенсационного материала, располагая все остальные заметки и телеграммы в порядке обычной подверстки, наиболее удобной для выпускающего.

4. Газеты, находящие возможным добиваться симметрии не только по горизонтали, но и по вертикали.

5. Некоторые газеты, подобно нашим, ограничиваются тем, что обязательно начинают каждый столбец с заголовка, не заботясь о расположении материала в нижней части полосы.

Есть, наконец, газеты, которые на первый взгляд всячески избегают симметрии и стремятся достигнуть наибольшей пестроты в расположении материала. Однако подобного рода фокусная верстка является на самом деле высшей степенью технического достижения и создает так же симметрию, как и любая другая.

При такой верстке все силы выпускающего сосредоточены на том, чтобы создать в зрительном фокусе полосы самое яркое и броское пятно заголовка и

The  World

now 2 cents

MEXICAN STATE CAPITAL SAID TO BE REBEL PRIZE

Mother-in-Law Murder Is Now Laid to Robbery

$100,000 THEFT LINKED TO NINE IN BIG ROUND-UP

Right of U. S. to Decide Alcohol Poison Content Is Challenged in Suit

W. Ziegler, Noted Sportsman, To Wed Helen Murphy of Troy

Sheila Burden Hurt Coasting

BUS SETTLEMENT STILL UNCERTAIN

$75 LONDON CALL POSSIBLE FRIDAY

JERSEY DRY CZAR FIRES CHIEF AGENT

Leopold and Loeb in Court To Reply to Mutilation Suit

Mrs. Cudahy Balks Son's Attempt To Elope With Beauty of Films

From Office Boy to a Millionaire, Eleman Divorced; $103,000 to Wife

Hark! Hark!!

A

текста. К этому фокусу привлекается все внимание читателя и весь остальной материал полосы располагается так, чтобы каждая второстепенная заметка, каждый мелкий заголовок оттеняли один центральный фокус.

Одноколонная верстка дает наибольший эффект в смысле достижения симметрии при нечетном количестве столбцов в полосе. Обычная американская верстка семистолбцовой полосы строится таким образом, чтобы все многоэтажные заголовки были расположены на нечетных столбцах, т.-е. на первом, третьем, пятом и седьмом. Четные столбцы отдаются менее важным сообщениям, третий же и пятый – занимаются самыми сложными заголовками. При нашей двухколонной верстке, при объединении выносимой на первую полосу информации в целые группы, опять-таки легче достигнуть полной симметрии при нечетном количестве полос. С этой целью, ставя на первых двух (левых) столбцах традиционную передовую, выпускающий занимает правые столбцы одной группой известий и средину верстает в три столбца, стараясь одновременно дать в средине самый крупный и сложный заголовок. Правда, при такой системе самое выгодное место, т.-е. правый угол вверху первой полосы отдается известиям второстепенным, так как важнейшие заверстываются в центр,— зато спасается цельность полосы и ее привлекательный вид.

При четном количестве столбцов симметрии достигнуть труднее,—страница будет сваливаться то в ту, то в другую сторону. При одноколонной верстке эта задача особенно трудна, ибо единообразие всего верха полосы еще далеко от подлинной симметрии. Поэтому газеты с четным количеством полос охотнее, чем нечетные, пользуются иллюстрациями.

Если у данной газеты еще не создались собственные традиции и она не выработала теоретически обоснованной физиономии первой полосы, приходится отдавать эту полосу на распоряжение выпускающего или ночного редактора и положиться на их вкус и опытность.

Приведенные указания относительно первой полосы относятся целиком к крупным газетам, ибо у провинциальной прессы зачастую не оказывается возможности следовать данным примерам. Между тем наши провинциальные газеты до сих пор еще стремятся брать за образец внешность газет центральных, причем в этом стремлении очень часто следуют далеко не идеальным образцам. Подобного рода подражательность безусловно следует изжить и, соблюдая общие принципы верстки, исходить при проведении их из своих технических возможностей, а не из бросающихся в глаза ошибок центральной прессы.

Б. Верстка газеты в целом.

Многие из только что обсужденных вопросов относятся, разумеется, не исключительно к первой полосе,— принцип симметрии требует, чтобы все последующие страницы в отношении подбора шрифтов, расположения материала и общей формы были сверстаны по образцу первой страницы. Есть, однако, и еще ряд замечаний, относящихся преимущественно к последующим полосам газеты, причем соблюдение этих замечаний во многих случаях может играть решающую роль в деле придания внешности газеты необходимого благообразия.

1. Количество столбцов в полосе. Увеличение количества столбцов, как показывают данные типо-

графий, увеличивает емкость полос весьма и весьма ощутительно. Но вместе с тем чрезмерно узкий столбец уродует газету, вытягивая заметки в такие колбасы, от которых не спасают никакие подзаголовки; поэтому при нормальных для крупного формата ротационных машинах, типа машин „Правды“, „Известий“ и др. центральных газет, наиболее выгодной в смысле емкости является полоса восьмистолбцовая,—переход с семи столбцов размером в 3 квадрата с третью или три квадрата 32 пункта на восемь столбцов при четырех полосах дает экономию приблизительно в пять тысяч слов без повышения стоимости бумаги. Место, необходимое для восьмого столбца, легко отыскивается за счет уменьшения полей и разделяющих столбцы линеек, причем сужение столбца при переходе с семи столбцов на восемь для глаза читателя почти неуловимо. Необходимо, однако, указать, что при устарелом оборудовании печатных отделений наших газетных типографий, при несовершенных типах ротационных машин этот переход с семи столбцов на восемь не всегда возможен, ибо далеко не на всех ротационных машинах можно уменьшить поля и прибавить текст.

2. Количество полос. Количество полос определяется разными соображениями и в первую голову материальными. Так, небольшие провинциальные газеты, пользующиеся для печатания плоскими машинами, да еще подчас и единственной в типографии подходящей машиной, очень часто технически не в состоянии давать дополнительные полосы, — вкладка себя не может оправдать, так как для нее нужно отдельное печатание, недопускаемое пропускной способностью машины. Следовательно, для таких газет вкладка доступна только в том случае, если она может печататься заранее, иными словами, если она не имеет по помещенному в ней мате-

риалу срочного характера, то-есть перестает быть газетой. Но в этом последнем случае она вообще никому не нужна, разве лишь в виде приложения к очередному праздничному номеру, после которого текущий номер выйдет лишь через несколько дней.

Газеты, пользующиеся ротационными машинами, менее зависят от технической стороны дела, если, конечно, ротация не перегружена стандартным изданием. Во всяком случае, как правило, редакции газет всегда вырабатывают для себя тот минимум места, который необходим для редакционного материала. Если этот минимум плюс реклама не помещаются на обычном количестве полос, приходится давать вкладку или отказываться от дохода, приносимого рекламой.

Наши редакции не страдают в такой мере от наплыва объявлений, как редакции газет американских, не пользуясь, разумеется, и таким доходом по этой статье. В американских газетах до войны редакционного материала было больше, чем рекламного всего лишь на 5—10%, в настоящее же время погоня за доходами изменила это соотношение не в пользу редакционного материала и притом далеко не в его пользу,—нередки номера газет, из 56-ти столбцов которых 40 уходит под объявления: рекорд, для наших газет недостижимый и даже немыслимый. В наших условиях уже 25% объявлений к размерам стандартного издания являются тем пределом, дальше которого ни одна редакция итти не может, не отдавая распоряжения о вкладке.

Для американских газет с их чудесами типографской, в особенности печатной техники, подобное распоряжение не страшно, для наших же ротационных отделений оно нередко является целым событием, причем редакции совместно с техническим отделом газеты приходится решать вопрос о том, что дать: вкладку ли

в буквальном смысле слова, т.-е. при обычных четырех полосах давать ли отдельным оттиском третью и четвертую или пятую и шестую, — при увеличении же до восьми полос, — давать ли вместе третью, четвертую, пятую и шестую, или же пятую, шестую, седьмую и восьмую.

Практически этот вопрос всегда решается мощностью типографии,—при наличии свободных ротационных машин или при большей, чем требует стандартное издание пропускной способности основной машины, равно приемлемы обе комбинации. С точки же зрения удобства верстки следует признать предпочтительной вторую систему, т.-е. давать не вкладку, а прибавление, ибо гораздо легче оперировать с четырьмя полосами, идущими под ряд, чем с двумя: большинство ротационных машин имеющегося у нас типа сразу печатают четыре полосы или две. Следовательно, при вкладке в две полосы, нужно сразу сверстать первую, вторую, пятую и шестую, чтобы сдать в печать целый лист. Так как объявления бывают готовы обычно сверстаны раньше текста, то при вкладке оказывается, что две полосы уже стереотипированных не могут печататься, пока не будут готовы первые полосы,—вкладку же нельзя заверстывать раньше, так как может встретиться необходимость переброски части материала со второй полосы на третью, поэтому вкладка должна верстаться лишь после того, как выяснилось все положение с материалом, иными словами, процесс верстки должен отнять времени в полтора раза больше, считая с момента верстки первой полосы.

При определении количества полос газеты, вне зависимости от материала отдела объявлений, следует признать, что для нашего читателя едва ли нужно больше четырех полос газеты большого восьмистолбцового фор-

мата. Самый бюджет времени массового читателя не дает ему возможности полностью проглотить шесть полос, не говоря уже о восьми.

В отношении зрительной важности полосы газеты распределяются следующим образом: первая полоса, третья полоса, потому что она бросается в глаза при переворачивании страницы, вторая полоса, как полоса „оборотная", и четвертая полоса. Если в газете восемь полос, наибольшую ценность представляют нечетные полосы, а из них—первая и пятая. Иначе говоря, с точки зрения развернутого газетного листа, правые его полосы более ценны, чем левые. Эти соображения играют значительную роль при переносе статей и заметок с полосы на полосу,—подобного рода переносы всегда следует делать только на левые полосы, сохраняя правые для новых заметок.

3. Отделы. Система распределения редакционного материала по отделам в том виде, в каком она принята сейчас почти всеми нашими газетами, является опять-таки результатом того, что появился массовый читатель. В дореволюционных газетах материал распределялся по отделам, построенным по принципу единства содержания,—у нас же отделы группируют материал лишь в применении к той или иной категории читателей, к ее специфическим интересам. Например, наши отделы „Партийной жизни", „Рабочей жизни", „Профессиональной жизни", „Провинциального отдела" и т. д. по существу совершенно немыслимо разграничить по содержанию. К чему относится, например, корреспонденция из провинции о работе комфракции завкома крупного завода? К какому отделу? Или кампания по перевыборам завкомов? Следовательно, здесь размещение материала идет по принципу облегчения для той или иной категории читателей нахождения интересующего их материала,

ибо по существу, по содержанию границу между отделами наших газет провести более, чем трудно.

Однако, кроме этих обычных отделов, почти во всех наших газетах в самостоятельный отдел сводится вся телеграфная информация, причем по внутриредакционной структуре и самый отдел именуется информационным. В данном случае налицо необъяснимое преклонение перед формой материала вне всякой зависимости от той или иной категории читателей или от содержания материала и при этом еще с предпочтением иностранных телеграмм внутренним. Исторически это преклонение перед формой материала является продолжением того отдела „телеграммы“, который всегда шел в дореволюционных газетах. Вся реформа, произведенная в этом отделе советской редакцией, заключается в попытках группировки телеграмм в этом отделе по самым разнообразным признакам и снабжать их подобием заголовков.

Само собой разумеется, что подобная система не выдерживает с газетной точки зрения никакой критики. Во-первых, практически вся газета делится на два отдела—информационный и публицистический, — следовательно, выделение в информационный отдел одного лишь телеграфного материала далеко недостаточно для того, чтобы придать этому отделу исчерпывающую ценность. Во-вторых, телеграммы, особенно внутренние, гораздо правильнее отнести к тем отделам внутренней жизни, которые разбиты по категориям читателей. Наконец, необходимо внести определенную систему в верстку телеграмм и вообще иностранной информации. Существующий у нас обычай выделять в группы наиболее важные телеграммы по острым вопросам международной жизни и политики и сваливать остальные в неразборную кучу,—конечно, не является идеальным разрешением вопроса о верстке телеграмм. Попытка объеди-

нять телеграммы по отдельным странам также не дала сколько-нибудь ценных результатов, хотя бы по одному тому, что многие вопросы иностранной политики делаются понятными читателю лишь в том случае, когда в освещении их участвуют сообщения из различных стран. Наиболее целесообразным способом верстки телеграфного материала в общем и целом следует признать следующий: все телеграммы внутренние распределяются по соотвествующим отделам: партийному, профессиональному, рабочему и т. д.; те из внутренних телеграмм, которые по своему содержанию не могут быть отнесены к одному из этих отделов, подверстываются в провинциальный отдел по признаку либо содержания, либо местности, т.-е. либо под корреспонденцией, освещающей тот же вопрос, который освещает и данная телеграмма, либо же под корреспонденцией из Киева подверстывается и телеграмма оттуда же. Что касается телеграмм иностранных, то по отношению к ним следует последовательно и до конца провести наметившийся за последнее время принцип верстки по отдельным вопросам международной политики, рабочего движения и т. п. с тем, однако, чтобы остальные телеграммы не выскакивали ни в мелочь, ни в исскуственно раздутые события; лучше всего их верстать применительно к тем вопросам, к которым содержащиеся в них сообщения имеют ближайшее отношение и могут быть при помощи верстки и заголовка увязаны в единое целое для массового читателя.

Относительно самых отделов или группировок телеграмм и тех вопросов, по которым эти группировки следует производить, какие бы то ни было постоянные указания невозможны, и решение этого вопроса зависит в первую очередь от событий и затем от указаний редактора.

Другие секции отдела информации: местная жизнь, экономика, суд, театр, библиография и т. д., так же далеки от совершенства в наших газетах, как и основная информация. Практически внутренняя информация, т.-е. информация о жизни города, издания газеты делится у нас на „отдельные заметки“ и „хронику“. Суд выделяется в самостоятельный отдел, „происшествия“—также. Театр и библиография сплошь и рядом сваливаются в одно место. Конечно, эти недостатки верстки отчасти вытекают из общих недостатков подачи этих сторон информации читателю, отчасти из недостаточно развитого искусства заголовка и лишь отчасти гибнут по вине выпускающих. Конечно, очень не скоро настоящий газетный заголовок завоюет принадлежащее ему по праву место на полосах наших газет,—еще очень долго газеты будут уснащать свои полосы этикетками и под ними подносить читателю самый разнообразный по газетной и общественной ценности материал. Следовательно, здесь надлежит избрать тот путь эволюции, который предуказывается развитием этих отделов, а именно: итти на увеличение количества так называемых „отдельных заметок“ за счет уменьшения вермишели и все эти отдельные заметки постепенно извлекать из-под мало вразумительных этикеток, снабжая их самостоятельными многоэтажными заголовками.

4. Верстка статей. По вопросу о расположении публицистического материала наши газеты очень и очень долго продолжали традиции дореволюционных газет и помещали все статьи под ряд на первой полосе. В настоящее время от этого большинство газет уже отказалось,—исключение составляет одна „Правда“ из центральных газет и некоторые областные. Однако уже все газеты перешли на системы вынесения на первую полосу информационного материала, который ныне только под-

верстывается статьями. Подобного рода приоритет статейного материала вполне понятен исторически, ибо исходит он из неумения газеты агитировать фактами, агитировать и оформлять общественное мнение при помощи информационного материала. Поэтому даже наши советские газеты в начале своего развития отдавали статейному материалу не только первое, но и самое значительное место. По мере приспособления наших газет к требованиям массового рабоче-крестьянского читателя, для которого самый мелкий факт убедительнее десяти больших статей, редакции газет постепенно сокращали количество публистического материала за счет увеличения информационного, а затем пошли и на вторую уступку читателю—стали публистический материал, за исключением традиционной передовой, верстать вне первой полосы. Эта вторая уступка читателю также имеет под собой почву в развитии наших газет: если раньше статейный материал ни в какой мере не связывался с материалом информационным и брал свои темы не из самой газеты, а извне, то теперь газеты начинают строить свою публицистику по более правильному, газетному принципу,—статьи являются разъяснениями тех фактов и их значения, о которых упоминает газета в своем информационном отделе. Вполне естественно, что такие статьи и по месту желательно связывать с той информацией, объяснением которой они практически являются, чтобы облегчить читателю труд подыскания к выводам статьи фактических иллюстраций, доказывающих ее положения.

Очевидно, по этому пути наши газеты должны итти и дальше: как можно меньше статей вообще, как можно меньше статей на первой полосе, в частности. Как можно ближе увязывать статьи с информацией по сути и как можно ближе ставить статьи к информации по расположению в полосах.

5. **П о с л е д н я я п о л о с а.** До последнего времени не только в наших газетах, но и во всех газетах вообще последняя полоса газетного номера считалась не более, как ненужной обложкой, забиваемой объявлениями, извещениями и третьесортным редакционным материалом. Такое положение последней полосы в наших газетах вполне объяснимо: как бы мало ни печатали наши газеты объявлений, все же следует сказать, что по сравнению с общим количеством объявлений данного номера число объявлений, сданных для помещения среди текста, равняется почти нулю. Таким образом все объявления идут на последней полосе; на этой же полосе идут обычно и извещения. Как общее правило, и объявления, и извещения принимаются конторой или редакцией лишь до строго определенного срока, после наступления которого могут быть приняты или особо важные извещения, или особо доходные объявления. Правило это объясняется исключительно техническими соображениями — типография требует, чтобы хоть одна полоса была раньше готова к верстке. При малой пропускной способности наших печатных отделений такое требование, конечно, вполне понятно: чем большее количество полос заранее будет сдано в машину, тем легче будет приступить к печатанию и тем скорее закончится самый печатный процесс. Следовательно, ограничение срока приема объявлений и извещений основывается на необходимости ускорить верстку какой-либо полосы в данном случае последней, для которой внередакционный материал и предназначается.

Когда выпускающий приходит в типографию, ему нужно в спешном порядке заполнить уже не целую полосу, а лишь незначительную ее часть редакционным материалом, ибо объявления верстаются уже без него. Таким образом выпускающий, особенно при наблюдаю-

щемся у нас стремлении к сохранению цельности полос, вынужден бывает забить остаток последней полосы любым материалом и притом не входящим в состав нормальных полос. К такого сорта материалу чаще всего относится спорт, библиография, реже — суд и происшествия: полоса теряет всякое значение, занимается случайным материалом, редакция ею не интересуется, считая ее агитационное значение ничтожным и место ее для ценности материала нулевым.

Правильна ли подобная точка зрения на последнюю полосу? Всякие теоретические рассуждения на эту тему, которых, кстати сказать, можно дать бесчисленное количество, были бы простым и необоснованным разговором, если бы не практика некоторых крупнейших американских газет, которые, прекрасно учитывая, что привычное для редакций положение последней полосы не имеет ничего общего с ее действительным положением, превратили ее в добавочную первую полосу, т.-е. дают на ней полное повторение заголовка и занимают таким же материалом, который годится и для первой полосы.

В самом деле, которая из полос является наиболее выгодной, после первой, — третья или последняя?

Этот вопрос надо решать с точки зрения читателя, для которого выгодность соответствует удобству чтения и быстроте нахождения материала. С этой точки зрения, конечно, следует признать, что последняя полоса значительно выгоднее любой из внутренних полос, так как она вся сразу попадает в поле зрения читателя без предварительного и во многих случаях далеко не удобного перелистывания, развертывания и т. д. Например, какую полосу или какие полосы легче всего читать в трамвае, в столовой, в поезде, в автобусе и т. д.? Конечно, первую и последнюю.

Это значение последней полосы поняли многие американские редакции, это ее значение следует учесть и всем редакциям советским.

6. Размер и количество заметок. Как уже указывалось применительно к первой полосе, размер и количество заметок больше всего зависят от контингента читателей данной газеты. Вместе с тем следует указать, что твердое проведение однообразной системы редакцией в значительной мере и степени облегчает верстку и всю работу выпускающего. Конечно, при любой системе все наиболее ценные заметки, расположенные на самых выигрышных местах, по своему размеру должны просто соответствовать своему содержанию. Что же касается всех остальных, то чрезвычайно легко убедиться из анализа любой газеты, что сокращение их до размеров более или менее стандартных ничего, кроме пользы как самим заметкам, так, разумеется, и читателю, не принесет. К работе в таком улучшении газеты, кроме отдела обработчиков, следует привлечь и выпускающего, предоставив ему право беспощадно резать хвосты вылезающим из нормы заметкам.

7. Подверстка. Вопрос о том, в какой мере выпускающему предоставляется право подверстываться на неважном материале, т.-е. снимать его или, наоборот, занимать пробелы между необходимыми заметками всякой ерундой, является по существу вопросом спорным. В некоторых редакциях такой материал для подверстки даже специально заготовляется заранее, причем порой заготовляется специально для каждой полосы. В других редакциях для целей подверстки служат свои объявления. Какова бы ни была практика той или иной газеты, все же следует признать, что подверстка, как правило, явление весьма нежелательное, ибо благодаря ней полоса принимает чрезвычайно неряшливый вид какого-то оде-

яла, сшитого из лоскутков. Поэтому надлежит по возможности подверстки избегать и во всяком случае не допускать злоупотребления ею: опытный выпускающий всегда ее сумеет избегнуть без всякого особого напряжения.

8. Какую информацию выделять. На вопрос о том, какую информацию газеты должны выделять из общей массы информационного материала, рядовой читатель ответит очень просто и мало убедительно:

— Конечно, самую важную!

Если в этом ответе и есть доля истины, с которой должны бы согласиться все редакции, то во всяком случае не в читательском смысле, ибо вопрос о важности информации решается для читателя и редакции самым противоположным образом: читатель считает наиболее важной именно ту информацию, которая в текущем номере выделена,—критерий для редакции далеко не убедительный. Следовательно, самый вопрос о выделении информации можно поставить иначе и откровеннее, а именно:

— Какую информацию надо сделать в газете самой важной для читателя?

В главе об обработке по вопросу об оценке факта была сделана попытка составить примерную арифметику новостей для советской прессы. Именно из этой арифметики и следует исходить при решении вопроса о том, какую информацию в текущем номере надо выделить, т.-е. выделять в первую очередь те сообщения, которые имеют для читателя значение, как для гражданина СССР независимо от того, внутреннее это известие или иностранное. Практика наших газет в этом отношении весьма и весьма печальна: не говоря уже о тех газетах, в которых вопрос о выделении информации решается единолично выпускающим, т.-е. работником не чисто

редакционным, а редакционно-техническим, — даже и там, где о читателе заботятся больше, — весь редакционный аппарат создал себе определенный шаблон, требующий выделения обязательно иностранной информации, хотя бы в номере и помещались заметки, имеющие большее значение для каждого гражданина Союза.

Насколько характерно подобное отношение наших газет к выделяемой информации, весьма убедительно доказывает пример единственной в мире нашей „Крестьянской газеты“ с миллионным тиражом, которая, несмотря на свое ответственное положение, несмотря на своеобразный контингент читателей, едва ли разбирающихся в вопросах международной политики, все-таки первую полосу обязательно отдает иностранным телеграммам, снабжает их даже подобием заголовков, а весь свой основной и наиболее важный для ее читателя материал тщательно прячет внутри газеты. Что же можно сказать о других газетах?

Косность наших газет в этом отношении должна быть изжита во что бы то ни стало. Выделению должна подлежать именно та информация, которая наиболее затрагивает интересы читателя данной газеты, как гражданина всего Союза, т.-е. вместе с тем интересна наибольшему количеству читателей. Будет ли такое сообщение внутренним или иностранным — это по существу безразлично.

Таким образом надо определенно сказать, что окончательное решение этого вопроса зависит для каждой отдельной газеты от состава ее читателей. Если квалифицированный читатель „Правды“ или „Известий“ еще имеет некоторую возможность выловить в газетных полосах нужный и важный для него материал, понимая, что вынесение на первую полосу сообщения о новых министерских портфелях, присвоенных Муссолини, является

не столь важным событием международной жизни, сколь крупным недостатком редакционного механизма, то от читателя массовой газеты подобного рода проникновения в тайны редакционной кухни требовать нельзя.

К большому несчастью для нашей прессы, провинциальные газеты наперебой стремятся в этом отношении подражать хотя и явно плохим, зато столичным образцам, забывая совершенно о составе своих читателей. Читатели провинциальных газет очень часто и даже в большинстве своем знакомятся и с центральными газетами, в которых читают информацию по общим вопросам и освещение этой информации, из местных же газет они стремятся в первую очередь узнать о том, о чем центральные газеты не сообщают, т.-е. о тех новостях, которые касаются в первую очередь данного края, данной губернии, данного округа. Провинциальная же газета в своем подражании столице „украшает" и свои первые полосы сообщениями о Брианах, Пенлеве, Эррио, Муссолини и других героях центральной прессы.

Надо ли говорить о том, что в весьма значительной степени именно этой постановке дела многие провинциальные газеты обязаны своим нищенским тиражом и бюджетом.

Здесь, следовательно, и вопрос о верстке, как и все другие основные вопросы делания газеты, упирается целиком и полностью в вопрос о читателе, в вопрос об его изучении и внимательном к нему отношении.

ОГЛАВЛЕНИЕ.



Цена 1 р. 75 к.

Р

